

A superfície têxtil como elemento estético — Maison Margiela, um caso de estudo

Mariana Morgado Alves Dias

Orientação científica:

Doutora Gabriela Forman

Doutora Alexandra Ai Quintas

Composição do júri:

Presidente: Doutora Teresa Michele dos Santos

Vogal: Doutor Mário Ribeiro Silva

Orientadora: Doutora Alexandra Ai Quintas

Dissertação teórica elaborada para a obtenção do Grau de
Mestre em Design de Moda

Documento definitivo

Faculdade de Arquitetura, Universidade de Lisboa

dezembro 2018



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

U LISBOA | UNIVERSIDADE
DE LISBOA

Dedicatória

Aos meus pais e à minha irmã.

Agradecimentos

Agradeço às minhas orientadoras, pelo acompanhamento e orientação,
aos meus amigos, pelo incentivo,
à minha família, pelo apoio, incentivo, otimismo e ânimo.

Resumo

A procura pelo conhecimento sobre o papel da superfície têxtil como veículo de expressão estética e conceptual na Moda leva à abordagem do tema proposto.

A investigação tem como objetivo explorar as tecnologias como ferramentas de materialização do conceito e a estética da marca Maison Margiela, na qual se pode considerar que a expressão artística é central.

Este projeto foca-se no entendimento mais profundo do processo criativo da Maison Margiela, com destaque para as propriedades das superfícies têxteis. Analisa todo o universo de materialização da expressão da marca (processos, tecnologias, materiais, características, entre outros), abordando, de uma forma geral, sob a forma de metodologia não intervencionista qualitativa.

A problematização envolve o aprofundar do entendimento das possibilidades de materialização das superfícies têxteis, sendo expectável que estas sejam uma forma relevante de desencadear experiências estéticas e até mesmo sociais. A mão e a máquina aplicadas em convergência, com noções morfológicas de design, representam uma solução quer para a expressão artística de uma marca, quer para a comunicação simbólica com o observador (recetor).

Espera-se ter obtido um contributo válido para o alargamento do conhecimento na área do Design de Superfície e da Estética, incitando à interpretação dos objetos de moda feminina e das suas superfícies.

Palavras-chave

Design de Moda; Estética; Superfícies Têxteis; Tecnologias da Moda; Maison Margiela

Abstract

The need for knowledge on the role of the surface as a vehicle of aesthetics and conceptual expression in Fashion leads to the approach of the studied theme.

This research aims at exploring technologies as tools to materialize the concept as well as the aesthetics of Maison Margiela - where the feature of artistic expression is fundamental.

Therefore, this project focuses on the deeper understanding of Maison Margiela's creative process, with an emphasis given to the properties of textile surfaces. It scrutinizes the entire universe of materialization of the brand's expression (processes, technologies, materials, characteristics, among others), detaining mainly on a non-interventionist qualitative methodology.

As a hypothesis, we studied the fact that the mere evolution of technologies, along with the possibilities of materialization of textile surfaces constitute a relevant way of triggering both aesthetics and even social experiences. The hand and the machine applied together with morphological notions of design, represent nowadays a solution for the artistic expression of a brand and the symbolic communication with the observer (receptor).

It is expected to largely contribute to knowledge in the area of Surface Design and Aesthetics, encouraging both the interpretation of the concept in fashion objects and their surfaces.

Keywords

Fashion Design; Aesthetics; Textile Surfaces; Fashion Technologies; Maison Margiela

Lista de acrónimos e abreviaturas

MET (inglês) - *Metropolitan Museum of Art*

RTW (inglês) - *Ready-to-wear*

SS (inglês) – *Spring/Summer* (primavera/verão)

PV (português) – Primavera/verão

AW (inglês) – *Autumn/Winter* (outono/inverno)

FW (inglês) – *Fall/Winter* (outono/inverno)

OI (português) – Outono/inverno

Glossário

Haute Couture (Alta-Costura) – Setor mais alto do design de moda, caracterizado pela mais alta qualidade de materiais e modelação, e exclusividade de modelos. Tradicionalmente ligada ao artesanato.

Ready-to-wear (Pronto-a-Vestir) – Setor entre *Haute Couture* e *Fast-Fashion*, caracterizado por preços mais baixos e menor exclusividade.

Design têxtil – Projeção de substrato têxtil para um determinado efeito, em tecido, malha ou tapeçaria, incluindo desenho e criação das estruturas, escolha de fios e tingimentos, desenvolvimento de estampados e acabamentos; todo ele tendo em conta o conceito, o contexto de aplicação, bem como o público-alvo.

Design de superfície – Projeção de superfícies para um produto de uma qualquer área, sob diferentes materiais e processos artesanais ou industriais. Pode incluir têxtil, cerâmica, materiais sintéticos, vidro.

Estética – Disciplina filosófica com um carácter muito lato que se ocupa do conhecimento e estudo dos feitos da percepção e sensibilidade ao nível dos diferentes sentidos, com particular incidência na análise dos conceitos e problemas que se colocam na contemplação dos objetos e produção das emoções. Encontra-se, ao longo dos tempos, desde o século XVIII, ligada ao conceito do belo, entre outras categorias.

Tecnologias de Moda – Envolvem o conhecimento técnico e científico, aplicando-os através de materiais e procedimentos/técnicas na Moda. Envolvem os materiais, os processos, os recursos físicos e tecnológicos, como igualmente as ideologias.

Índice geral

Dedicatória.....	i
Agradecimentos	iii
Resumo	v
Palavras-chave	v
Abstract	vii
Keywords	vii
Lista de acrónimos e abreviaturas	viii
Glossário.....	ix
1 Introdução.....	1
1.1 Problemática	4
1.2 Questão de Investigação	4
1.3 Hipóteses	5
1.4 Objetivos	5
1.4.1 Objetivos gerais.....	5
1.4.2 Objetivos específicos.....	6
1.5 Processo Investigativo.....	7
1.5.1 Metodologias.....	7
1.5.2 Organograma de Investigação.....	8
1.5.3 Estrutura da dissertação	9
Parte 1 Enquadramento teórico.....	11
2 Design de Moda	13
2.1 Contextualização.....	14
3 Estética.....	17
3.1 Atitude e experiência estética.....	18
3.2 Propriedades estéticas	23
4 Superfície: percepção, expressão e comunicação	25

4.1	Sensação e Percepção.....	26
4.1.1	Superfície como sensação	28
4.2	Materiais e Procedimentos	33
4.2.1	Indústria e design têxtil.....	33
4.2.2	Estamparia	42
4.2.3	Bordados e manipulações	45
4.2.4	Novas tecnologias	47
4.3	Sintaxe	49
4.3.1	Fundamentos do design de superfície têxtil.....	49
4.3.2	Elementos conceptuais.....	54
4.3.3	Elementos visuais.....	56
4.3.4	Elementos relacionais	59
4.3.5	Elementos práticos.....	64
4.4	Sentido.....	65
4.4.1	Visão diacrónica e síncrona	66
Parte 2 Caso de estudo: Maison Margiela.....		73
5	Apresentação da marca.....	75
5.1	História.....	76
5.2	Identidade.....	77
6	Tecnologias em Margiela	83
7	Superfície em Margiela	91
7.1	Sintaxe: propriedades visuais e táteis.....	92
7.2	Subjetividade interpretativa	115
Parte 3 Conclusões		143
8	Considerações finais	145
9	Fatores críticos, contributo e recomendações futuras.....	151
10	Disseminação.....	153
Revisão bibliográfica.....		155

Referências bibliográficas	155
Bibliografia	160
Apresentações	160
Artigos	160
Livros	161
Secções de livros	163
Dissertações	163
Relatórios.....	164
Páginas Web.....	164

Índice de figuras

Figura 1: Organograma de investigação (Autora).....	8
Figura 2: Organograma de fibras têxteis (Autora)	38
Figura 3: Organograma de fios e estruturas (Autora)	39
Figura 4: Organograma de acabamentos (Autora)	40
Figura 5: Exemplos de estruturas têxteis.	41
Figura 6: Estamparia digital hiper-realista Kirkby Design e Tom Dixon.	43
Figura 7: Issey Miyake “ <i>baked stretch</i> ”, SS16, antes e depois.	44
Figura 8: Issey Miyake “ <i>3D steam stretch</i> ”, SS15.	44
Figura 9: Técnicas variadas/manipulações.	46
Figura 10: BioCouture, “ <i>BioSkirt</i> ”.	48
Figura 11: Iris Van Herpen, 2010. Primeira peça 3D da criadora. Fotografia: Bart Oomes, No 6 Studios.	48
Figura 12: Wucius Wong, Elementos estruturais do desenho.	53
Figura 13 a e b: Inquietação e repouso.....	62
Figura 14 a e b: Inquietação e repouso.....	62
Figura 15: “ <i>Manus x Machina</i> ”, conjunto Chanel 2014.	68
Figura 16: “ <i>Manus x Machina</i> ”, Detalhe conjunto Chanel 2014.....	68
Figura 17: “ <i>Manus x Machina</i> ”, Iris Van Herpen SS12.	69
Figura 18: “ <i>Manus x Machina</i> ”, Issey Miyake “ <i>Rhythm Pleats</i> ”, SS1990.	69
Figura 19: “ <i>Manus x Machina</i> ”, Noa Raviv, 2014 <i>Ready-To-Wear</i>	70
Figura 20: “ <i>Manus x Machina</i> ”, Comme des Garçons by Junya Watanabe, Autumn/winter 2015-16 // Pierre Cardin, 1968 <i>Haute Couture</i>	70
Figura 21: “ <i>Manus x Machina</i> ”, Dior by Christian Dior, <i>Autumn/winter Haute Couture</i> 1949-50.....	71
Figura 22: “ <i>Manus x Machina</i> ”, Maison Margiela by Martin Margiela “ <i>Drapery Study</i> ” <i>Waistcoat</i> , <i>Spring/summer demi-couture</i> 1997 // Maison Margiela by John Galliano <i>jackets</i> , <i>Spring/summer haute couture</i> 2015.....	71
Figura 23: Legenda etiquetas MMM.....	79
Figura 24: Etiquetas MMM.....	79
Figura 25: Peças com cultura de bactérias. Maison Martin Margiela, 1997.	85
Figura 26: Peça com cultura de bolores. Studio Martin Margiela, 1997.....	86
Figura 27: AW 06/07.....	88

Figura 28: <i>Couture</i> 2008.	88
Figura 29: SS12 <i>Artisanal</i>	89
Figura 30: AW18 <i>Artisanal</i>	89
Figura 31: Tecido com técnica <i>Ge Ba</i> , 1965. Fotografia de Mark Eden Schooley.	90
Figura 32: Maison Martin Margiela para “View on Colour”, 1998.	94
Figura 33 A, B, C, D, E: AW12 <i>Artisanal</i>	96
Figura 34: SS13 <i>Couture</i>	100
Figura 35: SS17 <i>Artisanal</i>	100
Figura 36: AW13 RTW.	101
Figura 37: Maison Martin Margiela SS1998 RTW.	104
Figura 38: AW2004/05. Capa feita de chapéus de lã.	104
Figura 39: SS1996 RTW. <i>Trompe l’oeil</i>	105
Figura 40: SS13 <i>Artisanal</i>	108
Figura 41: FW14 <i>Artisanal</i>	108
Figura 42: AW15 <i>Artisanal</i> . <i>Bustier</i> flocado “ <i>South sea Pacific flocked seashell</i> ”, azul “ <i>Yves Klein</i> ”	109
Figura 43: SS13 <i>Artisanal</i>	110
Figura 44: AW13 RTW.	110
Figura 45: SS 1992. Fotografia: Marina Faust.	111
Figura 46: SS13 <i>Artisanal</i>	111
Figura 47 A, B, C, D, E, F: SS14 <i>Couture</i>	114
Figura 48: AW18 <i>Artisanal</i> . Casaco (roxo) de tecido feito de cetim <i>dévoré</i> , sobreposições de materiais.	120
Figura 49: AW18 <i>Artisanal</i> . “ <i>Caban</i> ” (tipo de casaco) <i>oversize</i> em tecido feito de lã sustentável feltrada com organza.	120
Figura 50: AW18 <i>Artisanal</i> . Meia de <i>tulle nude</i> em tubo, sobre vestido plissado de organza em forma de casaco masculino, um vestido de poliuretano e um vestido <i>Ge Ba</i>	121
Figura 51: AW18 <i>Artisanal</i> . Casaco de espuma turquesa <i>oversize</i> , usado com uma gabardina <i>décortiqué</i> com um acabamento de pelo de iaque e um tubo de malha de <i>nylon</i> rosa.	121
Figura 52: SS18 <i>Artisanal</i> . Casaco de <i>ski</i> “ <i>ChinaStar</i> ” com vestido de <i>jersey</i> de seda com <i>lasercut</i> e detalhes de renda. Sem e com <i>flash</i>	122
Figura 53: SS18 <i>Artisanal</i> . Casaco de <i>ski</i> com cortes de pregas ligado a saia de <i>lamé</i> plissada cor de bronze.	123

Figura 54: SS18 <i>Artisanal</i> . Vestido em filme sintético refletor sobre vestido <i>jacquard</i> de <i>chinoiserie</i>	123
Figura 55: SS19 <i>Artisanal Men</i> . <i>Kimono</i> japonês antigo em <i>jacquard</i>	125
Figura 56: SS19 <i>Artisanal Men</i> . Casaco de judo feito a partir de um vestido totalmente preenchido com missangas reciclado, com calças de vinil turquesa e cinto de vinil rosa.....	125
Figura 57: SS19 <i>Artisanal Men</i> . Capa de couro preto com cortes manuais em técnica “ <i>bird-peck</i> ”, sobre jardineiras de veludo e espartilho com lantejoulas e <i>lamé</i> dourados, com botas de pesca industriais.....	125
Figura 58: SS16 <i>Menswear</i>	126
Figura 59: Fragonard, “ <i>The meeting (from the Loves of the Shepherds)</i> ”, 1771-1773.....	129
Figura 60: SS18 RTW.....	129
Figura 61: SS19 RTW.....	129
Figura 62: FW14 <i>Couture</i>	129
Figura 63: SS19 RTW.....	130
Figura 64: FW14 <i>Couture</i>	130
Figura 65: Georges Seurat, “ <i>La Mer à Grandcamp</i> ”, 1885.....	130
Figura 66: FW14 <i>Couture</i>	131
Figura 67: SS14 <i>Couture</i>	131
Figura 68: Vincent van Gogh, “ <i>Irises</i> ”, 1889.....	131
Figura 69: Paul Gauguin, “ <i>Te Arii Vahine</i> ”, 1896.....	131
Figura 70: Salvador Dalí, “ <i>Nature morte vivante</i> ”, ca. 1980.....	131
Figura 71: FW15 RTW.....	132
Figura 72: FW17 <i>Couture</i>	132
Figura 73: Jean Dubuffet, “ <i>La gorgerette froncée</i> ”, 1959.....	132
Figura 74: Alberto Burri, “ <i>Bianco Cretto</i> ”, 1973.....	132
Figura 75: Alberto Burri, “ <i>Lo strappo</i> ”, 1952. <i>Image rights: Fondazione Palazzo Albizzini Collezione Burri</i>	133
Figura 76: Yves Klein, “ <i>RE 1 (relief éponge bleu 1)</i> ”, 1958. <i>Image rights: Heidi Horten Collection</i>	133
Figura 77: FW11 <i>Couture</i>	133
Figura 78: FW1997 RTW.....	133
Figura 79: SS16 RTW.....	134
Figura 80: Alberto Burri, “ <i>Rosso Plastica</i> ”, 1963.....	134
Figura 81: SS16 RTW.....	134

Figura 82: “ <i>XXXL vest with t-shirt</i> ”, 1991. Foto: Tatsuya Kitayama.....	134
Figura 83: SS17 <i>Artisanal</i> . Casaco branco de algodão com aplicação de tule preto de Benjamin Shine.....	136
Figura 84: SS17 <i>Artisanal</i> . Casaco de lã preto, vermelho e branco com recortes em camadas que formam uma imagem de uma face, sob uma maxi-camisa em tule branco com bordados figurativos.	136
Figura 85: SS12 RTW.....	139
Figura 86: SS12 RTW. Saia “tapete” com lantejoulas.	140
Figura 87: SS 1998 Maison Martin Margiela. <i>Women’s look book</i> . Vestido plano de rede de pesca inspirado num saco de compras tradicional de rede. .	140
Figura 88: SS07 <i>Couture</i>	141
Figura 89: AW11 <i>Couture</i>	141

1 Introdução

A presente dissertação surge com o intuito de explorar algumas temáticas inerentes ao design de moda, cruzando o design têxtil com algumas noções de estética.

A percepção e capacidade de transmitir intenções e a dimensão subjetiva da moda tem tanta ou mais relevância do que a física, visto que o propósito final de uma peça ou coordenado é o de vestir e satisfazer pela aparência demonstrada e pelas propriedades visuais, mas também o de provocar reações, emoções e o de preencher alguns aspetos no campo psicológico.

A expressão é uma variável comum em todas as formas de arte e, sendo o produto de moda também muitas vezes encarado como um objeto artístico, a necessidade de expressar as inspirações, as ideias, os objetivos, as funções através do seu design, torna-se real; assim, a sua função de expressar as emoções, satisfazer as necessidades físicas e psicológicas através do seu uso torna-se paralelamente autêntica e relevante.

A disciplina da Estética começou a ser considerada desde o século XVIII, com o termo *Aisthesis*, por Alexander Baumgarten. Contribuiu para considerar a natureza de inúmeras categorias e elementos que caracterizam os produtos, para observar as suas propriedades visuais (e não somente) a fim de proceder a uma análise de natureza estética. A superfície é um desses elementos. A Estética tem também como ponto de partida a subjetividade interpretativa (dimensão percetiva, dimensão do uso das faculdades e dimensão do carácter e emotividade) para analisar a receptividade de um produto.

Em conjunto com a visão, o tato é também um dos sentidos mais associados à reação a um produto de design de moda, já que a superfície do têxtil que pode ser tocada ou antecipada no toque irá contribuir para uma parte da dimensão estética do objeto em causa.

Compreende-se então que a superfície, como um único elemento, se encontra implícita em muitas das características que constituem a moda feminina e a área têxtil, ramificando-se nas áreas de design têxtil, estamparia, materiais e tecnologias, conforto, entre outras.

Segundo a *Surface Design Association*, o design de superfície inclui cor, padrões e estruturas de fibra e tecido. Tudo isto envolvendo a exploração criativa de processos como tingimento, pintura, estamparia, costura, ornamentação, acolchoamento, tecelagem, tricotagem, feltragem e fabricação de papel (Briggs-Goode and Townsend, 2011).

A condução da construção da problemática, assim como do tema a abordar, levou a debruçar sobre a Alta-Costura em particular. Designação proveniente da língua francesa, *Haute Couture*, é a criação de Moda que melhor serve a expressividade, a imaginação, a criatividade e a liberdade do designer. Trata-se do “laboratório” para o Pronto-a-Vestir, lançadora de tendências, bem como espelho da evolução social. Considera-se, portanto, a área do Design de Moda que melhor irá servir de objeto de estudo para o tema, apesar de este ser também aplicável a qualquer outra área.

Desta forma, é estudado o caso Maison Margiela, uma marca que opera com renome também na Alta-Costura e que representa de modo notável a abordagem do design de superfície, a dimensão estética e o conceito. A aplicação das novas tecnologias, em conjunto com as artesanais, típicas da *Haute Couture*, permite tirar partido da expressividade artística da marca e traduzir o seu conceito; fornece carácter estético pela complexidade de manipulações têxteis e pode até criar reações, pela sua componente simbólica.

Para Andrew Bolton (2016), curador da exposição *Manus x Machina – Fashion in an Age of Technology*, do MET – *Metropolitan Museum of Art*, em Nova Iorque, os criadores de moda raramente discriminam a mão e a máquina no processo de design. Para eles, ao invés de serem contraditórias, ambas se complementam enquanto ferramentas criativas, ajudando a refinar, aperfeiçoar e avançar o seu ofício. São empregues em conjunto para resolver problemas de design e chegar a soluções artísticas que são determinadas tanto pela estética, quanto pela pragmática. Nem ditando nem determinando a fabricação da moda, a mão e os meios técnicos e mecânicos, utilizados em conjunto, possibilitam criações altamente imaginativas que podem ser impossíveis sem essa simbiose.

A evolução das tecnologias e das possibilidades de materialização das superfícies é emergente e vem trazer múltiplas formas de oferecer experiências estéticas (sensoriais e igualmente desencadeadoras de reações emocionais). Simultaneamente, assiste-se a uma tendencial desvalorização das propriedades

das superfícies, da matéria, do que veste e encarna a pessoa, do que serve e oferece, da “pele” dos objetos de moda, por parte dos consumidores e até dos criadores.

A escolha desta abordagem advém da crescente visibilidade da superfície têxtil e da importância que a dimensão estética adquire. Prosseguir neste caminho deve-se também e sobretudo ao interesse pessoal pelas áreas e temáticas apresentadas, esperando-se contribuir para o seu debate através de um contributo cientificamente válido.

1.1 Problemática

Cada vez mais o trabalho manual e a praticabilidade da máquina são utilizados em conjunto para atingir soluções mais criativas, determinadas, em grande parte, pelas tendências e a dimensão da fruição estética.

A pertinência da investigação deve-se à evolução das tecnologias e das possibilidades de materialização das superfícies têxteis, enquanto formas de desencadear experiências novas, não só de âmbito estético, como também sociais.

Colocam-se, assim, logo à partida, diversas questões como sendo: os atuais paradigmas da Alta-Costura na Moda; o relevo e o papel das opções escolhidas para materializar a estética e/ou o conceito do autor, relativamente à superfície têxtil; a forma como são veiculados o conceito e a estética do autor nas coleções.

Uma vez que uma das premissas de partida era a exploração da superfície têxtil como elemento estético (visual, conceptual e emocional) da moda feminina e veículo de materialização e observação de propriedades visuais, bem como de expressão artística na matéria, considerou-se relevante que o estudo incidisse no caso da marca Maison Margiela.

1.2 Questão de Investigação

Considerou-se muito importante conduzir a investigação por uma questão que a norteará: “de que forma a superfície têxtil condiciona e materializa a própria expressão estética na marca Maison Margiela?”.

1.3 Hipóteses

A investigação partiu de duas hipóteses que adiante surgem formuladas:

- As tecnologias clássicas e emergentes aplicadas em conjunto contribuem para a transmissão do conceito e representam uma solução para a expressão artística e estética de uma marca, bem como para as suas valências comunicativas e funcionais.

- A noção de fundamentos sintáticos e semióticos da linguagem do design e da evolução das tecnologias e possibilidades de materialização das superfícies têxteis, permite explorar melhor tanto a perceção como a experiência estética e social.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivos gerais

Os objetivos gerais da investigação incluem incitar a encarar de uma perspetiva diferente sobre a materialidade da moda, além de refletir sobre os aspetos artísticos da moda.

Outros objetivos serão os de: aprofundar as propriedades do design de superfície na moda como objeto de forma, função e significado; suscitar a reflexão dos profissionais na área da moda e do têxtil sobre as motivações das suas escolhas e a relevância na sua abordagem ao meio; incitar à interpretação dos objetos de moda feminina, na sua primeira abordagem visual e tátil; apresentar uma investigação que marque pela riqueza, qualidade e coesão de informação; elaborar finalmente um documento atrativo e útil para os praticantes da área.

1.4.2 Objetivos específicos

Entre os objetivos específicos deste trabalho, conta-se com o aprofundar o estudo das superfícies têxteis e a sua envolvente (materiais, design têxtil, textura, cor, desenho, toque, conforto, tecnologias, propriedades).

Outras das intenções incluirão: refletir sobre a expressão artística e sobre a percepção emocional das superfícies têxteis; interpretar a abordagem e interpretação atual das superfícies têxteis na moda feminina; demonstrar os benefícios e a preponderância do design de superfície no vestuário feminino, e explorar a abordagem estética à mesma no contexto atual.

Finalmente, propõe-se explorar as tecnologias como ferramentas de materialização do conceito e a dimensão estética da marca Maison Margiela.

1.5 Processo Investigativo

1.5.1 Metodologias

Numa primeira fase especulativa, a contextualização do problema (estado da arte) e a formulação de hipóteses foi obtida com o cruzamento de várias pesquisas bibliográficas em torno das temáticas encontradas (crítica da literatura, análise de arquivo).

A abordagem ao tema recorreu a metodologias sobretudo de base qualitativa não intervencionista, de pesquisa bibliográfica, com recurso a dados históricos. Investigou-se em áreas tão diversas como a Estética, a Arte, superfícies, tecnologias, materiais, propriedades têxteis, processos de conceptualização numa marca, Alta-Costura, Semiótica, o conceito da marca a estudar, entre outras consideradas pertinentes – de modo a consolidar conhecimento teórico (qualitativo) para, assim, abordar a problemática, as hipóteses e alcançar os objetivos com informação que os possa esclarecer.

Alguma recolha de análises estéticas de peritos em publicações de referência ou outras fontes fidedignas, e de artigos de opinião sobre o assunto vieram ainda contribuir para enriquecer a investigação. Desta forma, numa fase exploratória, recorreu-se também ao estudo de casos, para ajudar a analisar o caso de estudo da marca selecionada, Maison Margiela.

De igual relevância foi a pesquisa de imagens através de documentações ao nível ilustrativo das coleções, detalhes das características dos têxteis, materiais, ilustração das diferentes tecnologias têxteis, de referências artísticas, de exemplos comparativos, entre outros – para uma absorção clara e integrada dos conteúdos apresentados.

As metodologias descritas contribuíram para uma análise holística da marca Maison Margiela, atentando de forma particular nos conceitos implicados nas hipóteses de estudo exploradas.

1.5.2 Organograma de Investigação

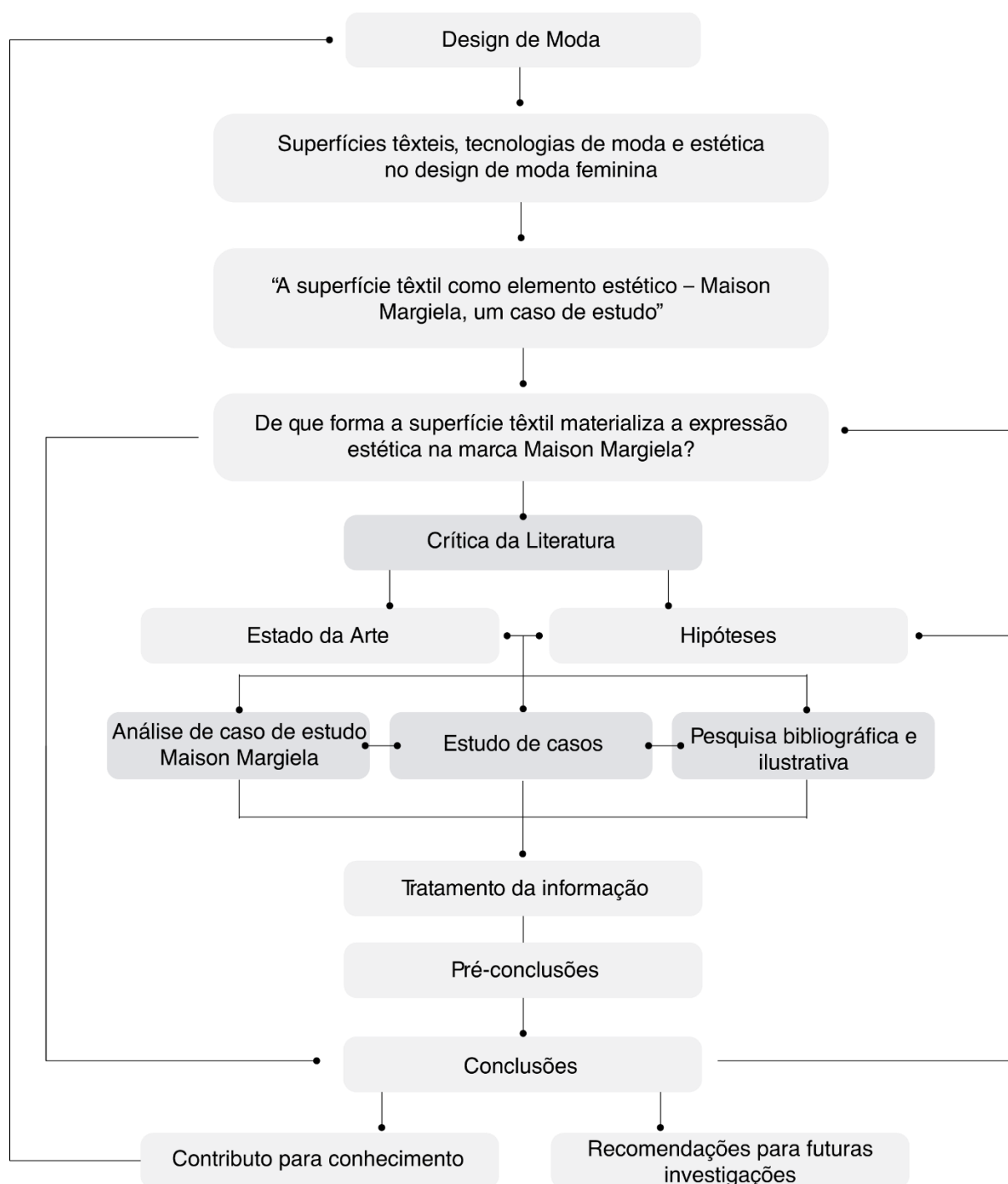


Figura 1: Organograma de investigação (Autora)

1.5.3 Estrutura da dissertação

O documento guia-se por uma estrutura de pensamento dividida em três grandes partes: primeiramente, o enquadramento teórico; seguido do caso de estudo da marca Maison Margiela; e, por fim, as considerações finais.

A primeira é a parte basilar do estudo, contendo três principais capítulos que introduzem e clarificam acerca dos temas e tópicos explorados, seguindo uma ordem de pensamento: uma breve contextualização sobre o design de moda; uma apresentação de conceitos da área de Estética; e finalmente uma abordagem da superfície enquanto elemento com caráter quer estético, quer técnico.

A segunda parte reparte-se em três capítulos que contextualizam a marca como objeto de estudo: começando por se apresentar de modo abreviado a história e identidade da marca; em seguida a mesma é vista sob o ponto de vista das tecnologias de moda (área também de destaque na consolidação dos conceitos); finalmente, a mesma é analisada do ponto de vista estético, incluindo noções também técnicas de design, e da superfície na marca.

A terceira parte consolida o anteriormente estudado, apresentando conclusões que irão dar resposta e consistência às hipóteses inicialmente formuladas.

Parte 1 | Enquadramento teórico

2 Design de Moda

INTRODUÇÃO AO CAPÍTULO

Este capítulo demonstra uma breve contextualização sobre a área em que a dissertação se insere, o design de moda. Apresenta os setores da Moda que mais serão abordados como exemplo ao longo do estudo: a Alta-Costura e o Pronto-a-Vestir.

2.1 Contextualização

A *Haute Couture* (Alta-Costura) nasceu em França, reconhecida como o país líder da Moda, em meados do séc. XIX. As suas origens são atribuídas ao inglês Charles Frederick Worth. Este foi um assistente de vendas na aclamada loja de tecidos parisiense “*Gagelin-Opigez et Cie*”, antes de conseguir abrir um novo departamento com apenas alguns costureiros. Worth fundou, assim, em 1858, a primeira *Couture House* em Paris, no número 7 da *Rue de la Paix*. O seu vasto conhecimento sobre materiais e fabrico de vestuário, aliado aos seus dotes de venda levaram-no a destacar-se dos demais costureiros convencionais, tornando-se assim o “pai” da *Haute Couture* – pela nomeação de uma cliente americana dada pelo nome de Mrs. Moulton, em 1863 (Fédération de la Haute Couture et de la Mode, 2018; Shaeffer, 2011).

Anteriormente, nos finais do séc. XVIII, já Jeanne-Marie Rose Bertin, “*fashion minister*” da rainha de França Marie-Antoinette (casada com Louis XVI), é salientada, tendo sido a primeira costureira a começar a libertar o corpo feminino, adornando as suas criações com bordados, rendas e pétalas de rosa. Outrora já o reinado de Louis XIV, nos inícios do século, ficara marcado pela opulência e normas associadas ao vestuário e adornos.

Em 1945, a designação “*Haute Couture*” tornou-se registada legalmente. Apenas as casas e empresas aprovadas anualmente pela comissão da *Chambre Syndicale de la Haute Couture* e mantidas sob a égide do Ministério da Indústria podem ser elegíveis para terem tal designação. O principal fator de interesse da *Haute Couture* será o trabalho artesanal feito em oficinas das ditas casas, laboratórios de ideias e técnicas (Fédération de la Haute Couture et de la Mode, 2018).

Shaeffer discrimina alguns dos fatores que colocam o “*haute*” em “*Haute Couture*”, como sendo: tecidos exclusivos e de luxo (a maioria provém de fibras naturais, mas podem ser feitos de fios de prata, alguns usam fibras metálicas e sintéticas para efeitos especiais); design irrepreensível; corte e ajuste/forma perfeitos em cada peça; manufatura/artesanato requintados; maior tempo requerido por cada peça.

Começando com um design vigoroso e inovador, a Alta-Costura tem como princípios de design: a proporção, o equilíbrio, a cor e a textura. Salienta-se que o

fator mais determinante aos olhos do consumidor é o equilíbrio delicado entre a integridade da casa e do seu design, e os ajustes personalizados à forma e preferências pessoais de cada cliente - “(...) *the couturier's ability to interpret the mood of the time for the mode of the world*”¹ (Shaeffer, 2011, p. 9).

O *Prêt-à-Porter*, de “Pronto-a-Vestir” (em francês) e “*Ready-to-Wear*”, encontra-se entre a Alta-Costura e o *Fast-Fashion*. Sob uma comparação com a Alta-Costura, o mesmo caracteriza-se por preços mais baixos, bem como uma menor exclusividade.

No virar do final do século XIX para os inícios do século XX, alguns produtores de roupas já atendiam aqueles que não podiam consumir a Alta-Costura, aumentando assim a expansão das lojas de roupa Pronto-a-Vestir em países como a Inglaterra, os EUA e a França. Após a Segunda Guerra Mundial, o *Prêt-à-Porter* ganhou ainda um maior destaque, devido à crise que adveio da época. A década de 60 influenciou igualmente o seu crescimento, com a ascensão da “moda jovem”.

Apesar de não ter o rigor e excelência da Alta-Costura, o *Prêt-à-Porter* possui ainda assim um padrão de qualidade alto. É neste segmento de mercado que muitos estilistas lançam as últimas tendências nas semanas da moda (Gabardo, 2012).

¹ T.L.: “(..) a habilidade do costureiro de interpretar o “*mood*” do tempo para o sistema do mundo.” (Shaeffer, 2011, p. 9)

3 Estética

INTRODUÇÃO AO CAPÍTULO

Neste capítulo é apresentado um dos temas basilares do estudo: a Estética. Reúne os diferentes pontos de vista existentes sobre a definição e no que incide a disciplina. Aborda a vertente experimental da Estética e introduz as propriedades estéticas.

3.1 Atitude e experiência estética

Enquanto disciplina filosófica, mais propriamente “disciplina do conhecimento sensível”, a Estética surge apenas no século XVIII, com Alexander Baumgarten – em 1735, na sua tese doutoral *Meditationes de nonnullis ad poema pertinentibus* e, entre 1750 e 1758, na sua obra *Aesthetica*. Proveniente da língua grega, *aisthesis* refere-se aí a algo como a “percepção do mundo sensível” ou a “sensação”. A obra de Baumgarten considera então a distinção entre um “tipo de conhecimento sensível ligado à sensação e à percepção, e um tipo de conhecimento intelectual ligado à razão” (Zaragoza, 2007, p. 25). Schweizer (1976, apud Kirchof, 2003, p. 27) afirma que “apesar de os termos *aisthesis* e *aisthetikon* possuírem um significado terminológico desde as obras de Platão e Aristóteles, é somente a partir de Baumgarten que a Estética se sobrepõe expressamente a outras disciplinas do conhecimento, enquanto um tema autónomo”.

Nas palavras de John Hospers (1988), a Estética é o ramo da Filosofia que se ocupa de “analisar os conceitos e resolver os problemas que se colocam quando contemplamos os objetos estéticos”. Objetos estéticos, por sua vez, são todos os objetos da experiência estética. Por conseguinte, apenas depois de se ter caracterizado suficientemente a experiência estética, nos encontraremos em condições de delimitar as diferentes categorias de objetos estéticos. E mesmo havendo quem possa negar a existência de qualquer tipo de experiência especificamente estética, nem por isso nega a possibilidade de realizar juízos estéticos ou dar razões que avalizem os juízos (Zaragoza, 2007, p. 27).

A Estética pode ser considerada a ciência e prática de qualquer tipo de expressão: consciência, apreensão, instinto ou expressão artística. Em termos académicos, é usualmente associada a obras de arte ou a beleza. Quando se fala em estética, fala-se da percepção das coisas baseada em vontade ou desejo de entendê-las, para além de simplesmente ver. Em qualquer obra, é o sentir que primeiramente cativa a imaginação e capta a atenção, provocando uma “reação animal” analisada no eu interior que é crucial (Gursoy, 2012).

Gursoy (2012) entende que a Estética tem como objetivo proporcionar alguma compreensão dos principais aspetos de juízo de valor, embora não definindo o que é “gosto artístico”. A experiência estética e julgamento questionam o conceito;

investigam a identificação, categorização e avaliação de objetos estéticos ou obras de arte, através de características não estéticas.

Segundo Bozal (1996), o prazer dos objetos ou depende da utilidade dos mesmos, ou é independente dessa mesma qualidade. No primeiro caso, obter-se-ia algo, no segundo não se alcançaria nada que não fosse o prazer da contemplação.

Compreendendo o conceito de juízo/julgamento, e introduzindo a atitude estética, Kant (2012)² explica na sua Crítica da Razão Pura, como investigação das possibilidades dos princípios *a priori*³, que conhecemos por razão pura.

O referido autor explica que a crítica:

- opera na faculdade cognitiva⁴ de exclusão da sensação de prazer e dor;
- opera na faculdade de desejo;
- das faculdades cognitivas, apenas se foca na compreensão (que se institui como única faculdade cognitiva que pode fornecer princípios constitutivos de cognição *a priori*), para a exclusão do julgamento/juízo e razão (como faculdades igualmente pertencentes à cognição teórica).

Kant fez uso do termo “estética transcendental” para designar a estrutura prévia que possuímos para receber as intuições sensíveis, no interior da qual todos os fenómenos são enquadrados e apropriados. Ou seja, recebemos as intuições ou as percepções a partir de uma condição prévia “residente em nós” (“transcendental”) que assimila todas as intuições (percepções sensíveis) no interior de um determinado tempo e espaço.

² Original de 1790.

³ *A priori* (locução latina que significa "a partir do que é anterior") sem ter em conta os precedentes ou a experiência; por hipótese ou por dedução (“Dicionário Priberam da Língua Portuguesa,” 2018).

⁴ Cognição (do latim *cognitio*, ação de conhecer) é a função da inteligência ao adquirir um conhecimento (“Dicionário Priberam da Língua Portuguesa,” 2018).

Assim, de entre as faculdades da nossa razão, todo o conhecimento objetivo ocorre devido à aplicação de conceitos do entendimento às intuições recebidas sem ordem alguma, como cores, sons, sensações táteis que - quando organizadas e relacionadas - se constituem conhecimento. Toda a ação moral ocorre pela prescrição de uma ideia da razão que determina o arbítrio, que faz a nossa vontade obedecer aos interesses da razão. No caso do juízo estético, nenhum conhecimento é produzido ao afirmar que algo é belo, portanto não pode ser universalizado. No entanto, deparando-nos com algo que consideramos belo, temos predisposição para pretender universalizar o juízo sobre a sua beleza, para que todas as pessoas considerem o mesmo. Podemos até indignarmo-nos quando alguém, diante de um objeto, uma paisagem ou imagem cuja contemplação nos fez sentir deleite, não concorda com o nosso juízo estético (Baptista, 2010).

“Kant chama de juízo à faculdade de unir representações, de unir sujeito e predicado e construir um conhecimento” (Baptista, 2010, s.p.). Existem, porém, duas formas distintas de juízo: os juízos determinantes e os juízos reflexivos. Os primeiros, intelectuais, são juízos que conformam o objeto empírico ao unificar o material da experiência. Por exemplo, recebe-se a intuição do que seja um “corpo” e a intuição do que seja “peso” separadamente. Ao juntarmos ambas, pode-se construir o conhecimento “o corpo é pesado”, o que constituiria um juízo determinante. Pelo contrário, quando o juízo já encontra o objeto previamente constituído, resta refletir sobre o mesmo para encontrar um meio de subordiná-lo a uma unidade ou lei subjetiva, o que ocorre com o juízo de gosto, por um lado, e com o juízo teleológico, por outro, o qual julga os objetos a partir do princípio de “finalidade”.

O juízo estético, de caráter reflexivo, relaciona a faculdade da imaginação (que é um intermédio entre a intuição e o entendimento) com o modo de “disposição do ânimo” do sujeito. Assim sendo, o juízo estético não se refere em absoluto ao objeto, mas sim à disposição de ânimo do sujeito. É somente a partir dessa primeira determinação que é possível afirmar o “caráter desinteressado do juízo estético”, pois o seu fundamento reside no modo como as faculdades de conhecimento do sujeito funcionam diante de certos objetos, enquanto tidos como belos (idem, ibidem).

Kant defende que, para formularmos um juízo estético, não estamos interessados na existência do objeto, mas sim apenas na sua aparência, dado que ambas são opostas e a apreciação estética requer tanto antecipação como reconstrução.

Para o filósofo, os modos de satisfação são o agradável, o bom e o belo. O agradável como o que dá prazer aos sentidos pela sensação, que através do deleite desperta uma inclinação; o bom, que agrada por meio da razão e do simples conceito. Ambos ligados à faculdade de desejar, o agradável uma satisfação condicionada por um estímulo, o bom, uma satisfação pura. O belo é o que simplesmente se gosta sem referência a inclinação ou desejo (Zaragoza, 2007).

Jerome Stolnitz (1960, apud Gaut and Lopes, 2005), no sec. XX, salienta que uma atitude estética ativa nos guia nos nossos intuitos. Percebemos aquilo que é relevante muito além da percepção estética, que, por contraste, é uma vez mais desinteressada. O objetivo é o gozo da experiência estética em si, isolando-a de outras coisas, em lugar de a julgar ou classificar.

Na visão de Zemach (1997, apud Gaut and Lopes, 2005), o interesse estético nos objetos da nossa experiência é genuíno e apenas um, entre muitos que conduzem ao prazer. Discorda em chamar a este interesse “desinteresse”, contrapondo a ideia de Kant e colmatando que o “falso” não nos dá o mesmo prazer que o original.

Em resposta ao isolamento do objeto mencionado por Stolnitz anteriormente, Danto e Walton (1981; 1970, apud Gaut and Lopes, 2005), afirmam que classificamos um objeto de acordo com o seu enquadramento na narrativa da história da arte, afetando assim a percepção das propriedades estéticas. O conhecimento do contexto histórico é fundamental para uma classificação correta. O que é atrevido ou gracioso num estilo não o é noutro.

Petts (2000) defende que a experiência estética não é apenas uma resposta socialmente construída, ou uma reação emocional determinada por costumes e tradições. Acredita ser uma resposta crítica e flexível, naturalmente sentida (Gursoy, 2012).

Para Gombrich (1984), as coisas não são desejadas por parecerem belas, mas sim, são belas porque são desejadas. Tal é o que divulga as invenções

universalmente, não uma ideia do que é certo ou uma questão de gosto. Segundo o mesmo autor, o debate sobre a perda da beleza das coisas recai sobre os efeitos da indústria na “prostituição pela vulgarização”. As imitações baratas e o comum afastamento da perfeição característica do artesanato afastam-nos do bom design.

3.2 Propriedades estéticas

Segundo Beardsley (1981, apud Gaut and Lopes, 2005), as propriedades estéticas contribuem diretamente para a avaliação e atribuição de valores. Caracteriza o valor estético em função da experiência estética, sendo que os sujeitos têm diferentes experiências a partir do mesmo trabalho, diferindo nas suas avaliações. Defende igualmente que diferentes propriedades não estéticas devem gerar diferentes propriedades estéticas. Acrescenta que a percepção das propriedades pode ser positiva ou negativa - graciosidade ou grandiosidade podem produzir prazer ou desprazer. Nesse caso, depende-se do contexto ou de uma terceira relação para se compreender o impacto no observador.

Fisher (2005) sugere que as qualidades das quais a experiência estética depende são as relacionadas com a aparência. Estas também se encontram nas pessoas, o que afeta o valor estético.

Cohen (1973, apud Gaut and Lopes, 2005) afirma que a questão do gosto é secundária quanto a fazer determinados juízos estéticos corretos. Todos podemos distinguir uma linha graciosa do seu oposto ou uma melodia sombria de uma alegre. Assim, o autor procura eliminar a distinção entre propriedades estéticas e não estéticas, dependendo do contexto da sua aplicação e dos objetos. “Poderoso” quando associado a uma locomotiva refere-se a uma propriedade não estética e quando associado a uma sinfonia é uma propriedade estética; tal como “tranquilo” quando associado a uma sesta ou a um adágio, respetivamente.

As qualidades/propriedades estéticas do objeto instituem-se como (Carroll, 1999):

- Emocionais (“sombrio”, “melancólico”, “alegre”);
- De caráter (“intrépido”, “grandioso”, “pomposo”);
- De gosto (“excecional”, “vulgar”, “kitsch”, “garrido”);
- De reação (“sublime”, “belo”, “cómico”, “suspenso”);
- Da *gestalt* (“unificado”, “equilibrado”, “unido”, “caótico”).

Sibley (1959, apud Duarte, 2013) realizou uma lista de qualidades que podia ser estendida percebendo a totalidade do conceito - uma propriedade formal como ser “equilibrado” é ser “flexível” ou “fracamente restringido”; uma propriedade

emocional como “sereno” é “zangado”; uma propriedade evocativa (de caráter) como “poderoso” é “pungente/comovedor/doloroso”; uma propriedade avaliativa como “gracioso” é “elegante”; uma propriedade percetual de segunda ordem como “delicado” é “vibrante”.

4 Superfície: percepção, expressão e comunicação

INTRODUÇÃO AO CAPÍTULO

Este capítulo visa compreender o design de superfície na Moda segundo a visão estrutural e morfológica do desenho. Assim, esta compreensão ajuda a desenvolver capacidade de avaliação e sensibilidade estética, cuja análise se faz também sob padrões e raciocínios semelhantes.

Propõe-se compreender por partes a superfície têxtil e a sua percepção estética:

- Percebendo as áreas, conteúdos e princípios do Design têxtil (de superfície);
- Inter-relacionando os mesmos com os conceitos de Estética, coadjuvados pelos de Desenho (como ponte para o design), e os contornos da sensação e percepção, de modo a entender como a superfície é refletida no ser humano.

Este capítulo aborda também a superfície pela sua matéria. Assim, advém uma apresentação de materiais, tecnologias e possibilidades de materialização da expressão (e as suas respectivas incrementações).

Apresenta-se uma análise de conceitos estruturais da linguagem formal da superfície. Para melhor organizar e compreender os conceitos, adota-se princípios de forma e discrimina-se os elementos estruturantes da linguagem plástica de Desenho. Desta forma, é criada uma rede de conceitos que conduz à análise estética da superfície, observando e descrevendo propriedades visuais para posteriormente aplicar em exemplos ilustrativos da marca.

4.1 Sensação e Percepção

A visão é uma apreensão verdadeiramente criadora da realidade – imaginativa, inventiva, perspicaz e bela. Toda a percepção é também pensamento, todo o raciocínio é também invenção. A percepção consiste na formação de “conceitos perceptivos”. A visão é uma atividade criadora da mente humana – ver é compreender. (Rudolf Arnheim, 1992, apud Ramos and Porfírio, 2009, p. 9)

A percepção visual depende não só do órgão da visão, mas também de memórias e impulsos nervosos oriundos de outros sentidos, que oferecem significado e estrutura ao mundo visual.

A configuração perceptiva resulta de uma interação entre o objeto físico, o meio de luz como transmissor de informação e as condições do sistema nervoso do observador (Ramos and Porfírio, 2009).

Os estímulos são apreendidos através de dois mecanismos:

- Recepção da informação: tomada de consciência a partir da sensação (mecanismo recetor da informação), característica da vivência e realidade de cada pessoa;
- Interpretação de informações: sensações de cada um, conjugadas com significados respetivamente atribuídos e com experiências pessoais.

A sensação e a percepção constituem um processo único da recepção e interpretação das informações:

- A percepção pressupõe que as sensações estejam associadas aos significados atribuídos. Consiste em selecionar, interpretar, transformar e organizar as informações captadas pelos sentidos, através das sensações. Perceber é tomar consciência de um objeto, tomando atenção. Fatores determinantes da percepção são: os órgãos recetores, nervos condutores e cérebro (mecanismos ligados à percepção); as características do estímulo (intensidade,

tamanho, cor, forma, mobilidade, repetição, frequência) e o estado psicológico de quem percebe (motivos, emoções, expectativas).

O sistema sensorial é composto por cinco sentidos e, respetivamente, órgãos: visão, audição, olfato, paladar e tato.

A Percepção Tátil permite contactar e apreciar as formas, dimensões as características físicas das coisas e as suas sensações, através da pele, o maior órgão em extensão e sensibilidade tátil.

Os sentidos da pressão, frio, calor e dor atuam em pontos precisos e limitados e permitem, pelos corpúsculos recetores, todo o tipo de sensações: textura, consistência e peso, temperatura e dor (Ramos and Porfírio, 2009).

O tato é, segundo Manzini (1993, p. 208), “o mais analítico dos sentidos, o mais afastado da vista”. As mensagens enviadas pelo tato “servem de pano de fundo ao nosso sistema de representações”. É uma combinação da nossa capacidade de análise específica com a mobilidade da mão, feita “às cegas”, de forma a explorar uma superfície ou forma. Cita ainda Leroi-Gourhan (1964, apud Manzini, 1993, p. 208), que, na sua obra *Le Geste et la Parole*, diz:

O toque corpóreo tem que ver com o bem-estar e com a nossa presença no espaço (...) e não existe uma estética puramente tátil, exceto no campo manual. Esta estética mantém-se bastante próxima do nível fisiológico e roda em torno de uma sensação de carícia; tem que ver com materiais polidos, peles, pastas dúcteis, materiais flexíveis e elásticos.

Ver pode significar mais do que receber e interpretar as informações dadas pelos estímulos exteriores. O mundo das imagens não se resume apenas a um órgão sensível – ao olhar para um objeto, procuramo-lo.

Com um dedo invisível, movemo-nos através do espaço que nos rodeia, para lugares distantes onde as coisas são encontradas, tocamos-las, apanhamo-las, examinamos as suas superfícies, traçamos as suas bordas, exploramos a sua textura. Perceber formas é um ato eminentemente ativo⁵ (Arnheim, 1974, p. 43).

4.1.1 Superfície como sensação

Os primeiros artefactos fabricados pelo homem eram feitos de um material homogéneo, extraído da Natureza e sujeito a transformações simples, como pedras, ossos, bastões, por vezes ligados a cabos por fibras vegetais, por exemplo.

Nesta primeira fase técnica, a superfície prendeu rapidamente a atenção do homem, por nela se poderem colocar os sinais gráficos de expressão simbólica. Eram incisões regulares em fragmentos de osso e em bastões de madeira, de significado desta proto-escrita com cerca de mais de trinta mil anos, impossível de decodificar. É certo que a intenção dos seus autores era repetir os sinais e criar um ritmo. Este ritmo acaba por permanecer uma das características da representação a que chamamos decoração. Os objetos, como diz Leroi-Gourhan (s.d., apud Manzini, 1993, p. 202), têm “falado” desde o Paleolítico e expressado os seus sinais, realidade, carácter, referências culturais. Nesse período, “quando a tecnologia tinha um controlo muito limitado sobre a matéria e a estrutura dos objetos, a superfície constituía uma área na qual era fácil ao homem expressar uma imagem e uma identidade próprias”.

O período do Movimento Moderno, com a sua aversão à decoração e aos ornamentos, pretendia destacar a novidade tecnológica do séc. XIX, a capacidade

⁵ T.L. de: “*With an invisible finger we move through the space around us, go out to the distant places where things are found, touch them, catch them, scan their surfaces, trace their borders, explore their texture. Perceiving shapes is an eminently active occupation*”(Arnheim, 1974, p. 43).

de controlar a estrutura dos objetos. Tal vontade de desvalorizar a superfície e as mensagens que a mesma pode veicular devia-se à vontade de eliminar tudo o que pudesse funcionar como elemento perturbador da pureza geométrica das formas, que podiam ser então produzidas e reproduzidas por máquinas.

A cultura redescobriu o valor das superfícies e das variáveis sensoriais que elas são capazes de suportar. (...) a cultura reabilitou a decoração que o Modernismo tinha apodado de imoral e está, atualmente, a dar ênfase ao controlo do designer sobre as qualidades *soft* dos objetos – não só as visuais, mas ainda as táteis, térmicas, olfativas (...). O Movimento Moderno tornou-se inútil, uma vez que a imagem dos materiais é a sua pele, com toda a gama de variações que permite (Manzini, 1993, p. 203).

A pele é capaz de suportar camadas de várias características de espessura, textura, peso, proximidade (fino/grosso, macio/rugoso, seco/húmido, pesado/leve, largo/justo...); é um aparelho que nos permite reconhecer prazer e dor, quente e frio. É tanto viva como morta, auto-regenerativa, caracterizada pelo exterior sensível a estímulos e o interior composto por nervos, glândulas e capilares (Lupton, 2002).

A pele dos objetos de moda pode ser comparada à pele do corpo humano, como superfície que cobre um organismo, que protege e adorna, funcionando como escudo - “*Human beings, using objects to survive and conquer, rely on the world of things, merging their own identities with the objects they use*”⁶ (idem, ibidem, p. 33).

A relação do consumidor com o objeto de moda tem aspetos tanto físicos como psicológicos. Quando vestido o objeto, os elementos de design (silhueta, cor e textura) interagem com os aspetos físicos do consumidor (biótipo e tom de

⁶ T.L.: “Os seres humanos, usando objetos para sobreviver e conquistar, confiam no mundo das coisas, fundindo as suas próprias identidades com os objetos que usam” (Lupton, 2002, p. 33).

pele) para criar forma. Essa forma é avaliada pela aproximação do “ideal cultural” de atrativo (DeLong, 1987; Sproles, 1979, apud Eckman and Wagner, 1995).

A qualidade das superfícies contém tudo o que conhecemos de um objeto, além do tipo de atividade mental que elabora as sensações em termos de forma. Esta capacidade, que nos leva a distinguir a forma, não é o único modo de adquirir conhecimento dos objetos. A riqueza da nossa experiência espaço-temporal é muito maior do que advém de uma relação pura com abstrações geométricas ou funcionais.

A capacidade sensorial do Homem, partilhada com os outros mamíferos, funciona de modo a transformar as sensações em símbolos. “Reconhecer uma cor, uma textura, a qualidade de um cheiro ou sabor, são atividades sensoriais a um nível diferente do da percepção de uma forma” (Manzini, 1993, p. 204). Estas exigem menos interpretação e têm uma proximidade direta: a cor é a descodificação de um comprimento de onda, a textura de uma ação mecânica (e não só, como veremos posteriormente). As sensações são analíticas e parte da nossa atividade sensorial evita a linguagem, como acontece com os animais. As superfícies são uma forma de transmissão de informações.

Subestimar a importância da superfície para exaltar a pureza das formas pode ser uma opção estética, mas não uma lei geral. Um mundo de formas significantes, mas superfícies homogêneas e vulgares, teria falta de uma dimensão de relações sensoriais (Manzini, 1993, p. 204).

No design de superfície têxtil, as superfícies atraem o utilizador pelas suas características semânticas, com as quais ele se identifica. Para Maffesoli (1996, apud Vieira, 2014, p. 62), há uma sinergia entre o pensamento e a sensibilidade – “a estética faz parte do conjunto da existência, da comunicação, da vida de uma empresa, do político, da publicidade, do consumo, da vida quotidiana”. Essa “estetização” torna-se uma “arte total”, ultrapassando o funcionalismo, o objeto usual. Por esta perspetiva, tudo se pode tornar uma “obra de criação, uma expressão de uma experiência estética – sons, cores, odores e formas são articulados de modo a favorecer um sensualismo coletivo”. A superfície interage com o Homem como interface ativa, interagindo com os sentidos e caracterizando o objeto. A aplicação do design está na superfície que envolve o objeto – no tecido,

que varia de acordo com as diferentes características que pode envolver (brilho, textura, gramagem, transparência, entre outros) e que terá a sua função completa quando envolver o corpo ou objeto que o farão tridimensional.

O design de superfície visa trabalhar a superfície, fazendo desta não apenas um suporte material de proteção e acabamento, mas conferindo à superfície uma carga comunicativa com o exterior do objeto e também o interior, capa de transmitir informações sgnicas que podem ser percebidas através dos sentidos, tais como cores, texturas, grafismos (Freitas, 2009, p. 19).

Atualmente, a crescente divulgação do artificial tornou a variedade das superfícies num assunto de design, sendo a qualidade das mesmas determinada independentemente de outros aspetos formais e funcionais. Existe também o design da relação de proximidade com os objetos – literalmente, em relação ao toque; e em relação ao processo de elaboração de mensagens sensoriais, p. ex. no modo como a cor está “mais próxima” de um objeto do que a forma (Manzini, 1993).

Para Freitas (2009), tal como a percepção sensorial, a procura pela comunicação tátil é um processo sinestésico. Os índices de qualidades táteis rodeiam diferentes funções – índices de qualidade estéticos, ou índices de qualidade de procedimentos técnicos. Os de qualidade estéticos são os recursos táteis (alto-relevo, gravação, recortes, corrosão, entre outros) usados para produzir efeitos (maciez, aspereza, brilho, opacidade, transparência, nomeadamente) que são transmitidos ao público e sujeitos à leitura da percepção sensorial; os de qualidade de procedimentos técnicos são os meios (técnicas de impressão e construção) que realizam os recursos táteis e produzem feitos. “Os procedimentos para se alcançar a comunicação tátil desejada são muitos, assim como são inúmeros os recursos de exploração tátil sobre a superfície, e infindáveis os possíveis efeitos perceptivos que podem suscitar no público” (Freitas, 2009, p. 90).

Assim, a superfície, como sensação, pode veicular inúmeros efeitos, dependendo também da percepção de cada pessoa. “A estrutura geométrica de um design visual nunca pode, por si só, permitir-nos prever os efeitos que vai ter na

peça” (Gombrich, 1984, p. 117). Com a diminuição da escala, um padrão passa a ser uma mera textura, como sensação visual. A cor pode também ter influência no efeito da superfície, unindo ou afastando os elementos pelo contraste ou brilho.

Para além destas variáveis que contribuem para a percepção visual, o efeito visual de qualquer design depende também da familiaridade e do gosto - este é o conceito de Gombrich (1984). Esta vertente subjetiva do efeito visual de um padrão parece ser a que mais incute a estabelecer uma ligação entre a estética do design e o foro psicológico.

Arnheim (1974, p. 8) disse, referindo-se à percepção visual do que consideramos obra de arte, o que pode ser aplicado à superfície no vestuário - que devemos encará-la primeiramente como um todo:

What is it that comes across? What is the mood of the colors, the dynamics of the shapes? Before we identify any one element, the total composition makes a statement that we must not lose. We look for a theme, a key to which everything relates. If there is a subject matter, we learn as much about it as we can, for nothing an artist puts in his work can be neglected by the viewer with impunity. Safely guided by the structure of the whole, we then try to recognize the principal features and explore their dominion over dependent details. Gradually, the entire wealth of the work reveals itself and falls into place, and as we perceive it correctly, it begins to engage all the powers of the mind with its message⁷.

⁷ T.L.: “Do que se trata? Qual é o *mood* das cores, a dinâmica das formas? Antes de identificarmos qualquer elemento, a composição total faz uma afirmação que deve ser tida em conta. Procuramos um tema, uma chave à qual tudo se relaciona. Se houver um assunto, aprendemos tanto quanto pudermos, porque nada que um artista coloca no seu trabalho pode ser negligenciado pelo observador com impunidade. Orientados pela estrutura do todo, tentamos então reconhecer as principais características e explorar o seu domínio sobre detalhes dependentes. Gradualmente, toda a riqueza do trabalho se revela e cai no seu lugar e, como percecionamos corretamente, começa a envolver todos os poderes da mente com a sua mensagem”.

4.2 Materiais e Procedimentos

4.2.1 Indústria e design têxtil

A produção de têxteis é das atividades mais antigas da humanidade, recordada na literatura, poesia, histórias e mitos. Para além de proteger, os têxteis tinham como função decorar, oferecendo estatuto ao usuário e eram usados como ferramentas ou suportes para transportar pertences ou comida.

Os têxteis são produzidos em quase todos os países, quer em indústria artesanal, quer em multinacionais e por vezes para consumo exclusivo do país de manufatura, ou para exportação.

Anteriormente à Revolução Industrial de 1782, que ofereceu uma nova fonte de energia com a máquina a vapor de James Watt, a produção têxtil era um sistema doméstico e artesanal. No século XIX, a panóplia de invenções, sobretudo na maquinaria, levou à produção em massa de têxteis de forma industrial. As fibras feitas pelo homem, novos tingimentos e os contínuos desenvolvimentos tecnológicos do século XX foram conduzindo a novos produtos e aplicações (Wilson, 2001).

O crescimento dos meios digitais alterou profundamente a prática do design, fornecendo ferramentas para objetos e construções artificiais semelhantes a criaturas vivas, com curvas e formas complexas – “a primazia do esqueleto deu lugar à primazia da pele” (Lupton, 2002, p. 31). Novos materiais reagem à luz, ao calor, toque e ação mecânica.

Assim como o avanço das tecnologias trouxe, no século XX, a possibilidade de produzir pele em laboratório como um produto medicamente viável, também a eventualidade de novas e avançadas superfícies têxteis é a cada dia incrementada com o desenvolvimento tecnológico. Os primeiros abrigos e peças de vestuário eram, como sabemos, feitos da pele de animais, protegendo a pele humana de climas hostis.

Atualmente, as tecnologias militares e aeroespaciais condicionam maior tolerância a temperaturas extremas. Em 1999, a marca italiana Corpo Nove criou o casaco “*Absolute Zero*” com um dos materiais mais leves, o Aerogel; e o casaco

“*Cooling System*”, composto por tubos de plástico que transportam água pelo corpo, como os fatos espaciais.

Os processos de produção têxtil, no entanto, permanecem idênticos, caracterizando-se a maioria do vestuário como tecido ou tricotado, após a obtenção da fibra e a fiação da mesma. Assim, a produção tecnologicamente avançada da atualidade contrasta com a produção artesanal têxtil que muitos países mantêm desde há décadas.

Hoje em dia, existem variados tipos de empresas envolvidas no meio, umas detentoras de grandes cultivos de plantas para fabrico, outras com apenas alguns empregados e outras que não fabricam (Wilson, 2001).

As fibras são fabricadas e processadas para se tornarem fios, e estes são utilizados para o fabrico de têxteis. Os tecidos podem ser fabricados por uma variedade de processos, incluindo tricotagem, tecelagem, confeção de renda, feltragem, *knotting* (nós, como no fabrico de tapeçaria) e *stitch bonding*, (fabricação de não-tecidos).

Os tecidos podem ser submetidos a coloração através de tingimento, estamparia (esta também para impressão de padrões e imagens) ou ambos; e a acabamentos para melhorar a aparência ou o desempenho (como acabamentos anti-chamas, fácil manutenção/*easy-care*, entre outros).

Podemos ver têxteis para retalho ou subcontratação para vestuário, têxteis com especificações técnicas e de desempenho, como para vestuário de proteção, ou para interiores (lençóis, almofadas, toalhas, mantas, etc) e mobiliário (cortinas, carpetes, papéis de parede, etc), onde a estética pode ser tão relevante como o próprio desempenho. Encontram-se têxteis numa grande variedade de produtos, os quais constituem ou compõem parcialmente, como os têxteis industriais: pneus de carro, geotêxteis⁸, aplicações médicas que incluem ligamentos artificiais e

⁸ Geotêxteis são materiais utilizados “em contacto com o solo, aterros, taludes, atuando como elemento com excelentes características mecânicas e hidráulicas. Para

artérias de reposição, filtros, cintos de segurança, cordas de pára-quedas, entre outros, ou como os têxteis de consumo (tendas, mochilas).

Todos os produtos têxteis sofrem ação do design, têm um propósito. São tomadas decisões de design em todas as fases no processo de fabrico, desde a escolha de fibras para um fio, de fios para um tecido, de quantidade de tecido a produzir, de estruturas de tecido a usar ou de acabamentos a aplicar. A tomada destas decisões pode provir da parte de engenheiros e técnicos, no caso de têxteis industriais ou médicos, onde o desempenho e a função são requisitos maiores; ou, mais comumente, por designers com conhecimento em estética, tecnologia e marketing. A identificação de uma necessidade, a pesquisa e geração de ideias, o desenvolvimento de design e a prototipagem são as fases de desenvolvimento de um produto, nas quais os designers estão predominantemente envolvidos (Wilson, 2011, 2001).

A palavra “têxtil” vem do latim *texere*, referente a tecer, e era anteriormente usada apenas a tecidos (de teia e trama, pela tecelagem). No entanto, o termo “têxtil” abarca agora qualquer produto fabricado a partir de fibras, filamentos ou fios.

Assim, chamamos geralmente de “tecido” a estruturas têxteis feitas de fios ou fibras sob a forma de plano/superfície, com uma significativamente maior área em relação à espessura (Wilson, 2011).

Um **tecido** é uma estrutura plana de cruzamento de fios, em que estes se cruzam em teia e trama (fios verticais fixos no tear, e horizontais que se fazem correr de um lado ao outro da largura). Essa forma de cruzamento é chamada de debuxo. São caracterizados pela estabilidade, sendo que, se depois cortados em viés (a 45°), ganham um caimento diferente (drapeado) e alguma elasticidade para dobras do corpo que requerem mais movimento. A elasticidade também pode ser dada pela estrutura (ligamento dos fios); por exemplo, a sarja permite uma maior elasticidade, ou pelos fios, se forem constituídos por fibras com elasticidade, como

aplicação em obras de drenagem, filtração, separação e reforço de solos” (Sotecnisol, 2018).

é o caso do *elastano* (conhecido como *nylon*). As quatro principais estruturas de tecido são:

Tafetá: é o tipo de cruzamento mais comum, em que o cruzamento de fios é regular, bem fechado. Exemplos são: popelina, lona, cambraia, *chiffon*, musseline, organza.

Sarja: neste cruzamento, os fios cruzam-se de forma a formarem um efeito diagonal, dando assim também um pouco mais de elasticidade ao tecido. O efeito de “espinha de peixe”, para fatos, é um exemplo, assim como o *denim* (ganga), a *bombazine*, o *príncipe de gales*, o *pied-de-poule*.

Cetim: este tipo de cruzamento é mais desequilibrado a nível do debuxo, criando efeitos lustrosos (acetinados), com bom caimento.

Jacquard (francês): tanto para tecido como para malha, é a estrutura mais complexa, porque permite produzir qualquer tipo de debuxo, utilizando um tear de *jacquard* e um sistema informático que programa o desenho.

Para além destas principais, há inúmeras estruturas derivadas possíveis de obter, assim como tecidos duplos (por exemplo, tecido de veludo), de dupla face, entre outros.

Há inúmeros efeitos possíveis de serem produzidos nos tecidos, dependendo das programações dos teares, do espaçamento entre os fios (contextura), da massa linear dos fios (espessura), da sua cor, do tipo de fio, entre outras combinações.

A **malha** é uma estrutura de entrelaçamento de fios, em que estes formam laçadas entre si. São usadas pela sua elasticidade, flexibilidade e maleabilidade, sendo por isto também mais frágeis. A **malha de trama** caracteriza-se pelo entrelaçamento na direção horizontal, a malha de teia pelo entrelaçamento na vertical. As principais estruturas de malhas de trama são *jersey*, *rib*, *interlock* e ponto esquerdo, podendo haver, portanto, derivados, como a *intarsia*, o *jacquard*, o *Piquê Lacoste*, o *Cardigan*, a *Felpa Peluche* e muitos outros pontos. A **malha de teia** é caracterizada pela menor extensibilidade, mas maior estabilidade. Exemplos são *tricots*, *tulle*, rendas (Catarino, 2014).

Tal como os tecidos, há inúmeras variações de malhas que podem produzir diferentes efeitos, tal como variando a contextura, o comprimento das laçadas, a espessura, a cor, o tipo de fio e as combinações numa só malha.

De acrescentar que, para além das manipulações, podem ser adicionados acabamentos e *coatings* (revestimentos) que modificam as estruturas e acrescentam efeitos visuais e propriedades.

Outras estruturas básicas são os **entrançados**, precisamente formados pelo entrançamento de fios, que formam fitas, cordões e outros; e o **não-tecido**, formado pelo emaranhamento de fibras, usados para acolchoamentos, ou entretelas e feltros.

Existe, então, uma rede de características à volta do que comumente chamamos “tecido”, desde a fibra, ao fio, à estrutura e ao acabamento (FIGURA 2, FIGURA 3, FIGURA 4, resumidamente).

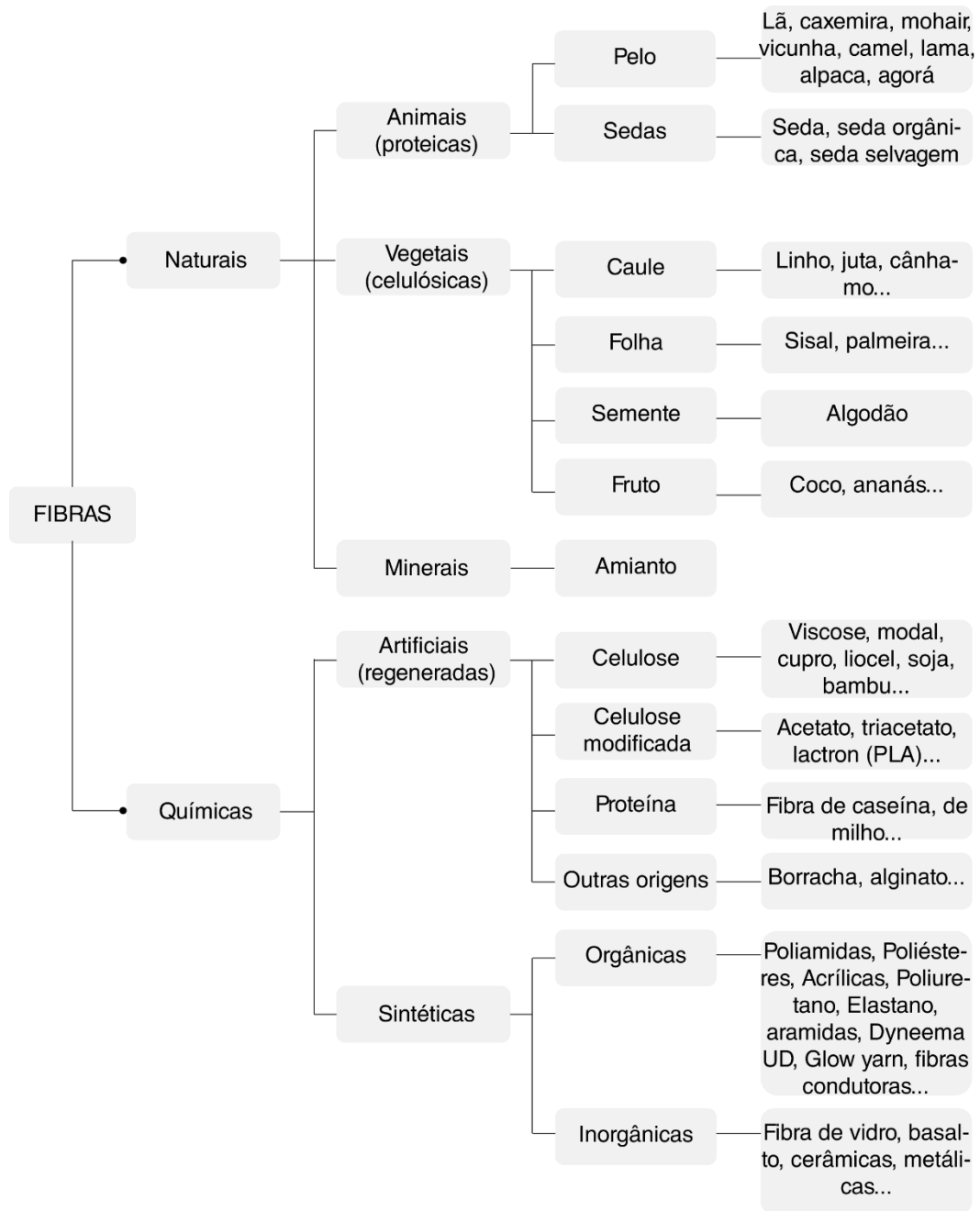


Figura 2: Organograma de fibras têxteis (Autora)
(Briggs-Goode and Townsend, 2011; Esteves, 2014a, 2014b; Wilson, 2001)

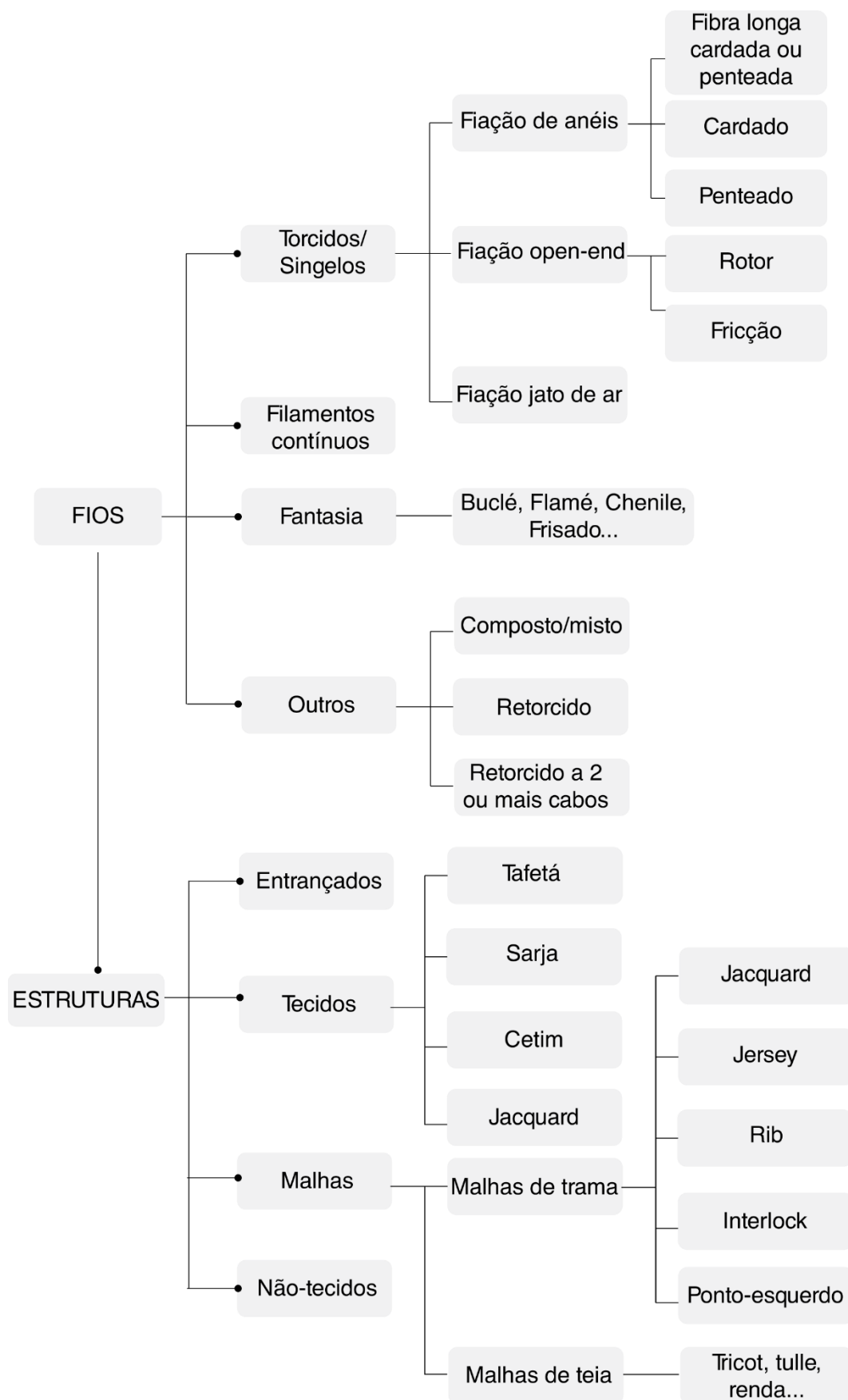


Figura 3: Organograma de fios e estruturas (Autora)
 (Briggs-Goode and Townsend, 2011; Catarino, 2014)

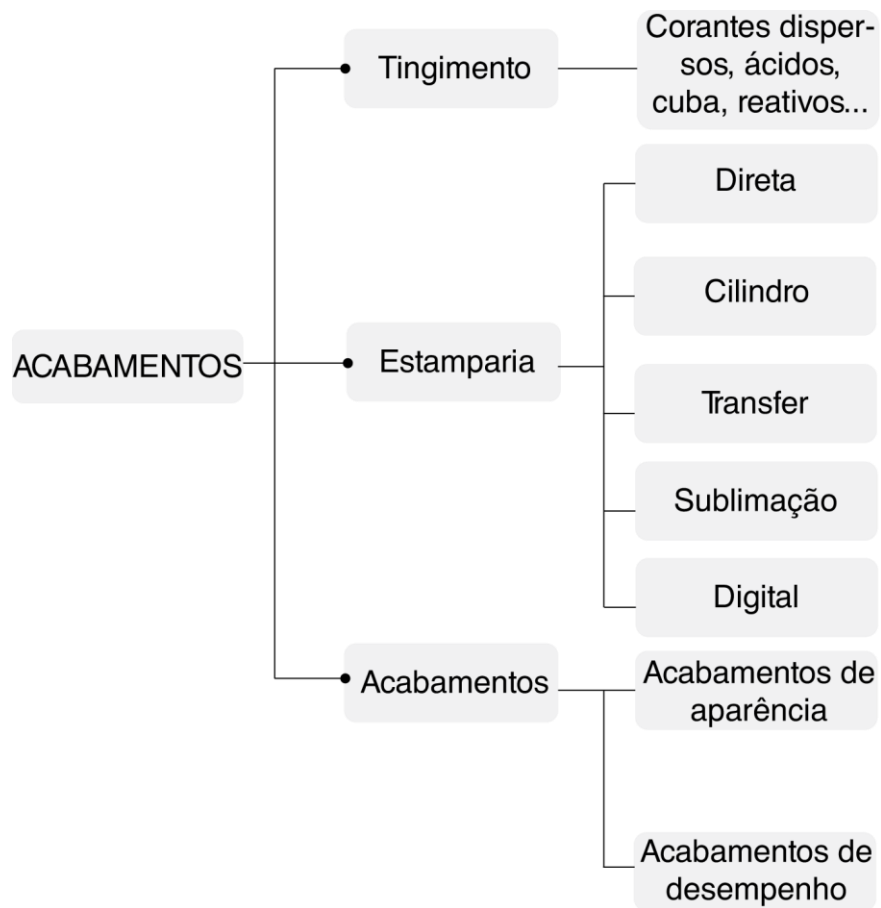


Figura 4: Organograma de acabamentos (Autora)
(Briggs-Goode and Townsend, 2011)

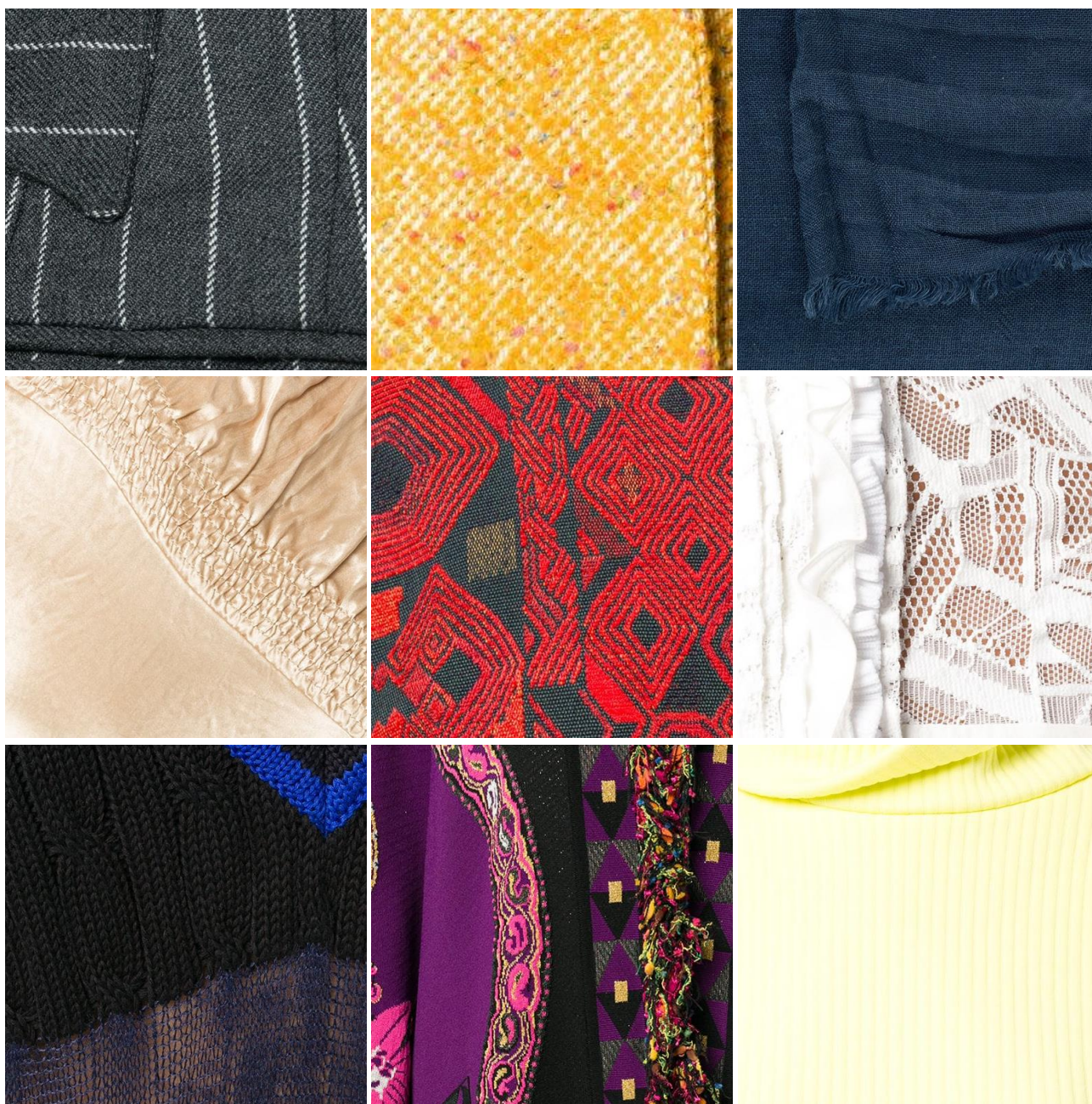


Figura 5: Exemplos de estruturas têxteis.

(Esquerda para direita e cima para baixo): sarja; sarja; tafetá; cetim; tecido *jacquard*; malha de teia (renda); malha com *cables*; malha *jacquard*; malha *rib*.
("farfetch.com," 2018)

4.2.2 Estamparia

Cores, padrões e texturas/gradientes visuais são, na maioria das vezes, conseguidos pela estamparia. Exceto quando as cores são tingidas, através da ação de corantes (que impregnam a fibra, naturais ou sintéticos) e não pigmentos que, usados na estamparia, coloreem essencialmente à superfície. Não obstante, os tingimentos também podem enriquecer os tecidos com padrões - sem esquecer as antigas técnicas manuais japonesas como o *shibori*, por exemplo, que, tradicionalmente com o corante natural *indigo*, cria efeitos únicos ao costurar, dobrar ou prender o tecido antes de tingir.

As origens da estamparia têxtil europeia remontam à Índia, há 2000 a.C. De geração em geração, os artesãos indianos transmitiam processos usando mordentes ou sais metálicos para fixar o corante no tecido. Pelo séc. II d.C., os chineses introduziram técnicas de *stencil* ao Japão, onde foram sendo desenvolvidas. A luminosidade da paleta de cores da Índia deveu-se à descoberta do vermelho da planta *Rubia tinctorum*, azul do *indigo* e amarelo, obtido usando a planta *Reseda luteola*. Estampados em chitas leves indianas foram trazidos para a Europa, nomeadamente por Vasco da Gama, nos finais do séc. XV e no século XVI, depois das trocas da Rota da Seda. As relações comerciais entre a Ásia e a Europa intensificaram-se ao longo do século XVII, e foi devido à visão dos mercadores portugueses que as estampas indianas eram importadas para a Europa, como alternativa às sedas e lãs pesadas, ou aos linhos robustos (Musée d'Impression sur Etoffes, n.d.).

A arte de estampar percorreu um longo caminho, passando das técnicas de pintura artesanais, à estamparia com bloco de madeira (*woodblock*), *batik* (processo indiano em que se aplica manualmente cera sobre o tecido, de modo a reservar as áreas a não tingir), rolos de madeira ou de ferro recobertos com cobre, quadro (*screen printing*), cilindro ou quadro rotativo, *transfer* (de *foil*, *glitter*, floco, etc), sublimação, ao jato digital; a gravação que cria um relevo (*embossing*) é também conseguida pela ação de calor e prensa, sendo também até uma forma de estampar sem cor.

A estamparia, aliada às inovações laboratoriais, pode oferecer também mais opções estéticas, com pastas de componentes específicos que são capazes de criar efeitos texturais, por exemplo, de pele de pêssego, relevo, reserva (tal como

a resina do *batik*), corrosão (corroendo os corantes), ou *dévoré* (corroendo as fibras).

A marca têxtil Kirkby Design, sediada em Nottinghamshire, em parceria com o designer britânico Tom Dixon transformou fotografias de materiais texturizados em têxteis impressos digitalmente. As imagens foram tiradas pelo fotógrafo londrino Peer Lindgreen. O projeto colaborativo resultou numa gama de cinco tecidos gráficos desenhados por Dixon e desenvolvidos pela Kirkby Design, que apresentam estampados arrojados de papel de alumínio, cabelo fibroso, dois tipos de mármore e madeira carbonizada. O estúdio escolheu essas texturas específicas pela conexão visual ao estilo adotado por Dixon em muitos de seus produtos e espaços interiores, como superfícies metálicas, refletivas e mármore colorido.

Os designs foram impressos em linho lavado e viscose de veludo, como os materiais que melhor resultado tiveram. Os panos foram purificados antes da impressão para eliminar imperfeições que pudessem aparecer devido ao alto conteúdo gráfico das imagens. As imagens foram transformadas num padrão repetitivo, atendendo à escala e ao alinhamento para que o design geral fosse traduzido de forma fluída no tecido (Hitti, 2018a).

Aqui, a estamparia traz hiper-realismo e também demonstra que a estamparia digital providencia e abre o leque de possibilidades de figuração e representação de discursos.



Figura 6: Estamparia digital hiper-realista Kirkby Design e Tom Dixon. (Hitti, 2018a)

A casa japonesa Issey Miyake, para a primavera/verão 2016, introduziu o “*Baked Stretch*”, um novo tipo de tecido que adquire uma forma ondulada, suave e texturada. Linhas horizontais e verticais de cola reativa ao calor são estampadas nos tecidos. Entre as linhas, corantes multicoloridos são aplicados. Os tecidos são então colocados numa máquina, normalmente usada para transferir estampados para o tecido. De um modo semelhante ao pão que cresce no forno com o fermento, a cola incha e expande-se sob o calor, resultando em relevos no tecido e um efeito plissado tridimensional.

No fundo, assemelha-se à pasta de estampar com um componente de efeito de relevo, acionada pela termofixação, conforme referido anteriormente.

A casa Issey Miyake, liderada desde 2012 pelo designer Yoshiyuki Miyamae, é identificada pelos tecidos “estruturados”, os plissados e tecidos inovadores, tridimensionais, dinâmicos. Também desenvolveu, por exemplo, a técnica “*3D Steam Stretch*”, em que o vapor é aplicado a um tecido de poliéster com vincos de fios reativos ao calor, fazendo com que parte dele encolha, surgindo um padrão geométrico saliente (*Material District*, 2016).



Figura 7: Issey Miyake “*baked stretch*”, SS16, antes e depois.
(Material District, 2016)



Figura 8: Issey Miyake “*3D steam stretch*”, SS15.
(CG Advertising, 2014)

4.2.3 Bordados e manipulações

Os acabamentos que ornamentam os tecidos, conferindo-lhes uma maior variedade de cores e, sobretudo as propriedades texturais (visuais e ainda mais táteis) são as manipulações. Estes procedimentos e técnicas estendem-se num leque infinito, talvez até o maior, por oferecer espaço para a criatividade. O bordado, como uma técnica mais comumente reconhecida, permite desenhar livremente sobre um tecido, com a ajuda de linha, quer manualmente ou com máquina. O próprio bordado pode adicionar ornamentos incluindo elementos, como missangas, lantejoulas, etc. Para além disso, variadas manipulações que conhecemos como folhos, franzidos, pregas, plissados (conjunto de pregas termofixas), cortes, acolchoados, relevos criados por repuxados, ou costuras, são ferramentas para trabalhar a criatividade e as propriedades da linguagem visual e textural das superfícies.

A origem do bordado pode ser datada da época dos Cro-Magnon ou 30.000 a.C. Na Sibéria, por volta de 5000 e 6000 a.C., conchas perfuradas e costuradas com desenhos decorativos em peles de animais foram descobertas. O bordado de linhas chinesas remonta a 3500 a.C., com fios de seda, pedras preciosas e pérolas. Durante os anos 1100, pequenas pérolas de sementes foram costuradas em pergaminho para decorar itens religiosos e, de 1200 a 1300, foram bordadas em roupas. Por volta de 1500 d.C., os bordados tornaram-se mais luxuosos na Europa, assim como noutras áreas do mundo. A partir desse período, e até o séc. XVIII, o elaborado bordado de missangas ganhou popularidade. A fabricação de bordados feitos à máquina em St. Gallen, no leste da Suíça, floresceu na segunda metade do século XIX.

Hoje, o fio de bordar é fabricado em algodão, rayon e fios fantasia, bem como nas fibras tradicionais lã, linho e seda. Bordados de fita em seda ou mistura seda/organza, são mais comumente usados para criar motivos florais.

Atualmente, muitos bordados são costurados com uma máquina de bordar computadorizada, usando padrões digitalizados com um *software* próprio (Morris, n.d.).

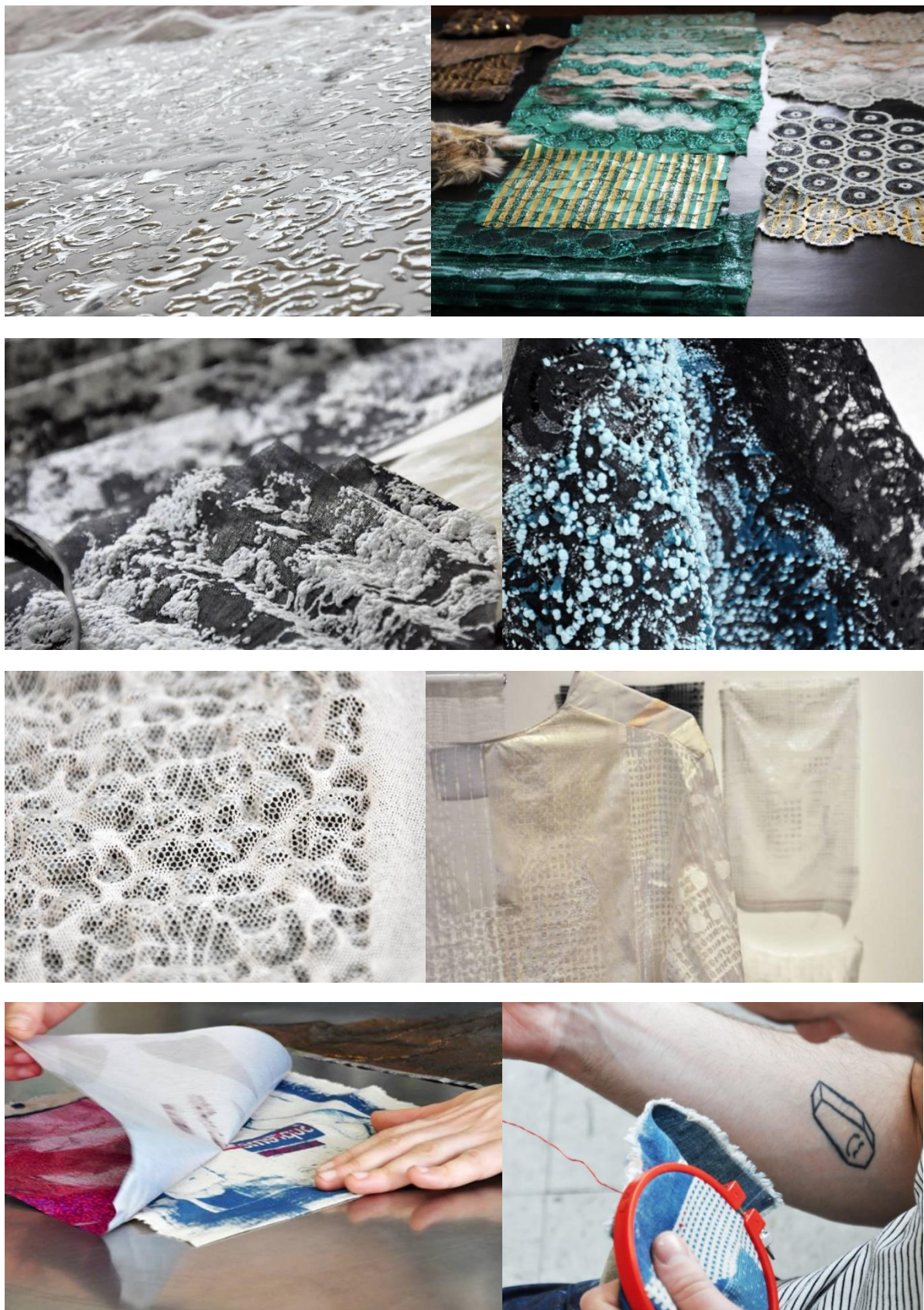


Figura 9: Técnicas variadas/manipulações.
 ("Techniques spécialisées | Centre design et impression textile," 2018)

4.2.4 Novas tecnologias

A relação entre os têxteis 2D e as peças 3D está em evolução, enquanto os designers e criadores abraçam materiais e tecnologias inteligentes. A integração da eletrônica, têxteis inteligentes, biotecnologia e novos fios e tecidos ecológicos, forma um novo ponto de vista sobre a moda e os têxteis.

Inovações como as nanotecnologias desafiam a forma pela qual pensamos sobre a unidade do corpo, o tecido e a forma de uma peça de roupa (ou produto). Padrões de biodiversidade são simulados por princípios da biomimética para criar conceitos têxteis e de vestuário orgânicos. Fibras de polímeros biodegradáveis substituem os "naturais". Corte a laser inova em tempo, precisão e eficácia. Uma superfície semelhante à da pele é cultivada a partir de bactérias que formam uma camada celulósica em condições de laboratório, em *Biocouture* de Suzanne Lee. *Wearables* ("tecnologias vestíveis") exploram o potencial de incorporação de tecnologias em peças de vestuário para facilitar funções interativas como a exibição de mensagens iluminadas por LED (Briggs-Goode and Townsend, 2011). Entre outras inovações no campo das técnicas e tecnologias disruptivas, as superfícies ganham asas para explorarem e serem exploradas.



Figura 10: BioCouture, "*BioSkirt*".
O material é cultivado, seco, cortado a *laser* e cosido. Pode ser tingido antes ou depois de secar.
Fotografia: House of Radon.
(Ha, 2014)



Figura 11: Iris Van Herpen, 2010. Primeira peça 3D da criadora. Fotografia: Bart Oomes, No 6 Studios.
(Shavin, 2016)

4.3 Sintaxe

4.3.1 Fundamentos do design de superfície têxtil

Rüthschilling (2008, pp. 21–22, apud Leão, 2016, p. 82) elege a artista Sonia Delaunay como a fundadora da noção de design de superfície, interligando a arte e o design com as suas pinturas orfistas⁹:

Sonia Delaunay inaugura a lógica fundamental do design de superfície, constando das noções de continuidade e de preenchimento. Trata-se da ocupação da superfície de objetos de vida quotidiana como suporte para expressões com significados, além do seu desempenho funcional. São exemplos que constituem uma linha temporal em movimento até hoje, e que levaram à consolidação do design e, da mesma maneira, ao surgimento de um campo específico para pensar as superfícies no design.

O design de superfície (referindo-se a estamparia, mas também sendo aplicável às outras dimensões) dialoga com os consumidores/usuários pelas mensagens e construção de afinidades e estímulos ao desejo do produto. Vieira (2014, p. 76) delimita características do mesmo:

- Traduz o conceito do projeto ou da coleção em imagens gráficas;
- Atribui densidade subjetiva aos produtos;
- Proporciona identidade e exclusividade;

⁹ Orfismo: movimento artístico manifestado em Paris entre 1911 e 1914. Caracterizado pela valorização da cor e tendência à abstração ou pintura pura, por mero prazer de produzir arte, beleza e sentimento, e refletir o mundo moderno do início do século XX. Os trabalhos de Sonia usados para outras aplicações eram chamados *Simultanées* (Simultaneísmo), desenhos de triângulos elaborados a partir de pontos destacados em círculos e que cruzam determinadas cores para provocar efeitos na percepção.

- Pode ser usado como referencial, destacando a marca ou produto dos concorrentes;
- Comunica visualmente as finalidades identificativas, informativas, estéticas e simbólicas;
- Proporciona emoções;
- Atrai o consumidor/usuário.

Udale (2008) discrimina os princípios do design têxtil, de modo a explorar da melhor forma o processo de design:

- Escala; Padrão e repetição; Localização e designs projetados; Cor e combinação de cores; Peso; Textura; Superfície.

O caráter estético do tecido é definido numa relação entre o mínimo de 6 conceitos: estilo, corpo, revestimento, textura da superfície, drapeado e resistência. Estes conceitos podem, por sua vez, ser subjetivamente percecionados por outros conceitos e interpretações (Brand, 2008).

Cada conceito que caracteriza um tecido (superfície) é avaliado consoante as nossas perceções das suas propriedades estéticas e não estéticas.

Quando se fala de estética do tecido, usualmente refere-se à aparência e toque – forma comum de dizer que as propriedades de um tecido são percecionadas pelos sentidos. Brand (2008) tem uma forma clara de definir a perceção estética dos tecidos, afirmando que as coisas são o que parecem devido às posições relativas em escalas de contrastes (quente-frio; alto-baixo; bom-mau; bonito-feio) e que a perceção é a combinação e inter-relação dos dados dos **sentidos** (*sense data*), que são fatores físicos (quente-frio), e dos **valores**, que são fatores psicológicos (feio-bonito).

A textura da superfície é avaliada em relação à estética e conforto dos têxteis, sendo julgada numa escala graduada de opostos. Por exemplo, para avaliar conceitos de conforto usa-se escalas psicofísicas de dor-prazer. Conceitos de estética avaliam-se em escalas psicoculturais de oposição “bonito-feio”. Assim, a textura de superfície de um estilo de tecido julgada por uma simples escala de

suave-áspero pode ser dolorosa do ponto de vista do conforto, apesar de ser esteticamente bonita. Por exemplo, um *tweed* pode ser desagradável ao toque e agradável à visão (idem, ibidem).

As limitações do processo produtivo, as tecnologias, máquinas e equipamentos disponíveis, as necessidades do público-alvo, da empresa e do mercado são aspetos que restringem o trabalho de design de superfície e devem, por isso, ser tidos em conta ao iniciar um projeto. No entanto, no caso de casas de *Prêt-à-Porter* e *Haute Couture*, que desempenham o papel de ditadoras de tendências, refletindo a criatividade e os desenvolvimentos sociais, tecnológicos e ideológicos, a liberdade de criação e trabalho estende-se mais livremente.

Todas as áreas do design, com maior ou menor apelo visual, utilizam recursos da linguagem visual como meio de expressão; trabalham como o mesmo material, mas fazem coisas diferentes, porque têm objetivos e metodologias diferentes (Machado and Gomes, 2006, p. 61).

Numa perspetiva do design de superfície como estamparia e formação de padrões, os elementos visuais (que podem também ser táteis) participam na composição visual para garantir o objetivo da propagação do módulo, ou equivalente. Assim conferem qualidades dentro dos princípios de ritmo e de unidade e variedade.

Deste modo, a sintaxe visual do design de superfície identifica elementos cujas funções se manifestam de diferentes formas, mais ou menos visíveis. Segundo Machado and Gomes (2006), estes elementos são:

- Figuras ou motivos: formas ou conjuntos de formas não-interrompidas consideradas em primeiro plano (leis de percepção). Invocam tensão e alternância visual entre figura e fundo. Os motivos apresentam variações de tamanho, posição ou alterações formais. Conferem o sentido ou o tema da mensagem visual da composição, variavelmente de acordo com o grau de interpretação subjetiva controlada pelo designer.

- Elementos de preenchimento: texturas, grafismos, entre outros, que preenchem planos ou camadas responsáveis pela ligação visual e tátil dos elementos. São tratamentos dos fundos, conferindo à superfície a sua característica principal, por exemplo, apenas textura sem motivos.

- Elementos de ritmo: elementos com maior força e tensão visual (“temperos”), conferidas pela configuração, posição, cor, entre outros aspetos. A repetição dos elementos de ritmo promove o entrelaçamento gráfico-visual, agindo como impulso. As ondas visuais dão o sentido de continuidade (propagação do efeito) e contiguidade (harmonia visual na proximidade dos módulos) da superfície.

A beleza é conseguida pela harmonia das formas, linhas, cores quando sujeitas a todas as direções do plano bidimensional. Com estas noções de leis visuais e metodologias de projeto, a composição manter-se-á harmoniosa quando o substrato reveste um corpo tridimensional ou quando a superfície está contraída sobre si mesma, drapeada (Machado and Gomes, 2006).

Segundo alguns autores e sobre o Desenho, os elementos que configuram a imagem e estruturam o seu alfabeto visual são agrupados em três tipos:

- Elementos formais (ponto, linha, plano, mancha, textura, forma e cor);
- Elementos dinâmicos (movimento, tensão e ritmo);
- Elementos escalares (dimensão, formato, escala e proporção).

No entanto, Wucius Wong em *Princípios da Forma e Desenho* em 1993, define os elementos morfológicos da imagem (Ramos and Porfírio, 2009):

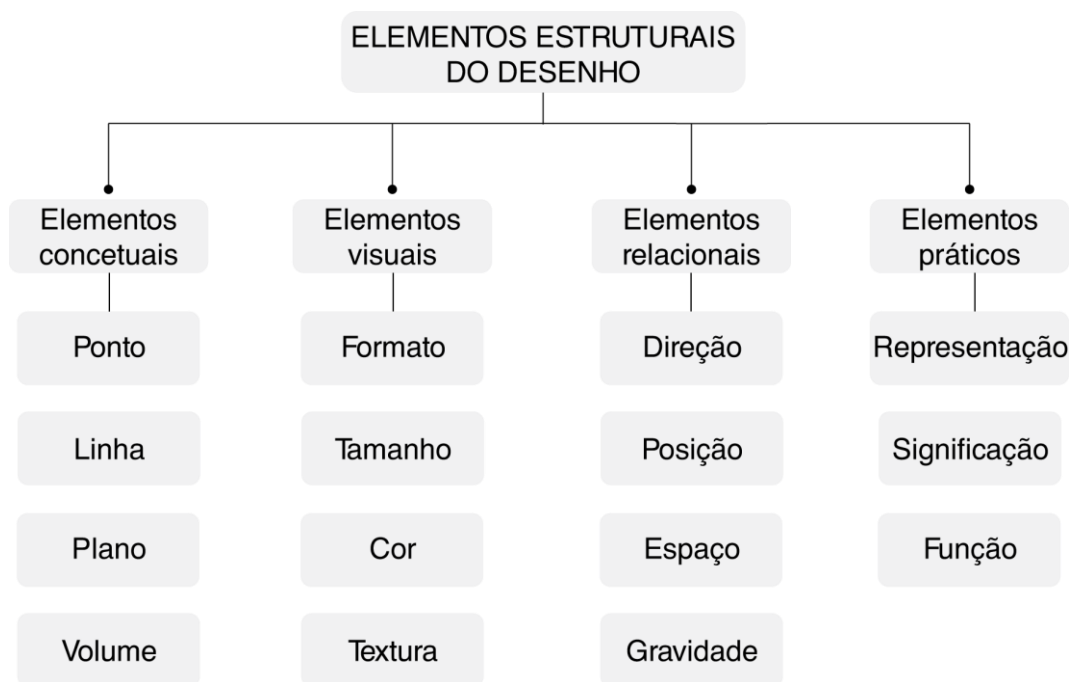


Figura 12: Wucius Wong, Elementos estruturais do desenho.
Adaptado de: (Ramos and Porfírio, 2009)

Esta estruturação que caracteriza os elementos da linguagem plástica de desenho entra, então, em concordância com o design da superfície têxtil, visto tratar-se também de uma expressão plástica: o meio pelo qual se expressa a percepção do mundo que nos envolve, manipulando a matéria de forma criativa.

Como tal, considerando a natureza dos elementos referidos na superfície e cruzando-os com os princípios de design têxtil e de superfície, permitimo-nos adotar uma visão estética da pele dos objetos que vestimos.

4.3.2 Elementos conceptuais

Estes elementos não são visíveis, mas subentendem-se. São os elementos que apercebemos como parte integrante da linguagem, como por exemplo, quando pressentimos uma linha a demarcar um contorno, ou um ponto a finalizar um ângulo.

Ponto: indica uma posição, sem comprimento ou largura, sem ocupar espaço ou área. É o início ou fim de uma linha e situa-se onde duas linhas se encontram ou cruzam.

O ponto é a unidade mais simples de expressão da comunicação visual. Pode ser representado através de um elemento físico, objetivo ou percebido como local de convergência.

Os seus modos de representação gráfica são concentração, dispersão, sequência linear, convergência de linhas em cruzamento. Assim, quando o ponto adquire a condição de forma, torna-se um elemento visual.

Quando em grande quantidade e justapostos, sugerem tonalidades de cor, como a teoria do Impressionismo o demonstra.

As qualidades do ponto são a forma, a dimensão e a cor, sendo que a sua representação física pode não ser relevante nem determinar a sua presença – a sua propriedade dinâmica sobrepõe-se à aparência morfológica, tomando o exemplo de uma circunferência, em que o ponto central é invisível, mas determina o espaço, estabelecendo um dos seus centros de interesse.

Este elemento pode criar padrões de formas, consoante o seu agrupamento e a repetição e pode criar texturas. Pode adquirir diferentes qualidades expressivas e desse modo conferir sensações de estabilidade, instabilidade, movimento e tensão, de acordo com a sua posição ou pela concentração, dispersão ou dissolução (Ramos and Porfírio, 2009).

Linha: exhibe a trajetória feita por um ponto em movimento, com comprimento, mas sem largura, com posição e direção. Delineia um plano, sendo limitada por pontos.

A linha pode ser contínua ou descontínua, sinuosa ou quebrada, pontuada ou hesitante, mastigada ou porosa, ondulante ou em espiral, etc. Encerra muita energia, sendo sempre dinâmica.

A natureza plástica da linha classifica-se em linhas implícitas, por interseção de planos, linhas geométricas, de associação, eixos, diagonais; linhas isoladas, como retas e curvas; feixes de linhas; linha objetual, como delimitadora de algo unidimensional; e linha figurativa, como de contorno ou recorte.

Deste modo, compreende-se a multiplicidade semântica da linha nos seus vários usos, enquanto:

- Geradora da superfície;
- Geradora de recorte e contorno;
- Modeladora da forma;
- Elemento de construção;
- Elemento de significação e colocação;
- Elemento estrutural de forças ou tensão direcional;
- Traço com valor expressivo próprio (Ramos and Porfírio, 2009).

Plano: exhibe a trajetória de uma linha em movimento, numa direção diferente da que indica. Tem comprimento e largura, mas não espessura. Tem posição e direção. Sendo limitado por linhas, define os limites externos de um volume (Ramos and Porfírio, 2009).

Volume: exhibe a trajetória de um plano em movimento, numa direção diferente da sua. Tem posição no espaço. Sendo limitado por planos, é ilusório no desenho bidimensional (idem, ibidem).

4.3.3 Elementos visuais

Os elementos visuais, como o nome o diz, representam aquilo que, de facto, pode ser visto ou sentido.

Textura: “A textura é um agrupamento de elementos visuais ou táteis situados a uma distância igual ou idêntica uns dos outros sobre um espaço bidimensional e, por vezes, com algum relevo” (Ramos and Porfírio, 2009, p. 132). É o que a teoria de Desenho diz, aplicando-se também ao design de superfície, nomeadamente no domínio da Moda.

De natureza plástica ligada à superfície, a textura faz-se acompanhar do plano e da cor, caracterizando-se pela correspondência com duas modalidades sensoriais diferentes: visual e tátil. Acaba por criar um conjunto de referências e ligações que permite exprimir variadas traduções dessas duas qualidades das matérias.

A textura define um material, a sua estrutura e o tratamento da superfície adotado nesse material. Com a capacidade para sensibilizar superfícies, a textura oferece-lhes maior opacidade, peso visual e uniformidade (Ramos and Porfírio, 2009).

A qualidade tátil da textura, e a que mais instintivamente reconhecemos, é a que estimula o sensorial pelo toque; mas a qualidade bidimensional, ótica, é essencialmente visual, gráfica e pode ser construída por formas geométricas, orgânicas, estruturadas em linhas, manchas de cor, fotografia ou fusões, sensibilizando a superfície e transmitindo características táteis (Vieira, 2014).

Outra função é a codificação do espaço em profundidade (Ramos and Porfírio, 2009). Num tecido (plano maioritariamente bidimensional), uma forma de sugerir profundidade é o uso de um gradiente textural. Por outro lado, também a textura pode conferir tridimensionalidade (para além de sugerir), na medida da manipulação e aplicação de diferentes materiais, ornamentais ou não, em diferentes substratos têxteis.

“A qualidade visual de um objeto utilitário reside especialmente na sua qualidade expressiva” (Ramos and Porfírio, 2009, p. 135). Esta pode ser reforçada

pela presença da textura, quer em contraste como em intensidade e concentração, ao contrário de superfícies lisas. Como tal, superfícies com texturas regulares de formas geométricas e racionais, pecam ao nível do efeito expressivo, comparativamente com texturas fortes e irregulares, “cuja poética se ajusta a obras em que presença sensorial é prioritária para os olhos” (Ramos and Porfírio, 2009, p. 135).

Cor: é utilizada compreendendo o espectro visível da luz e os seus matizes, mas também os neutros (preto, branco e intermédios) e variações tonais e cromáticas.

Costuma desempenhar três papéis: de impressão, por atrair a chamar a atenção; de expressão, pelas emoções que transmite; e de construção, por o seu significado adquirir um valor simbólico. “A cor completa a configuração da forma dos objetos e das imagens, seja pela sua qualidade estética de informar, quer dizer, como elemento de comunicação, seja pelo seu valor como signo” (Ramos and Porfírio, 2009, p. 142).

Pode ser considerada por três funções plásticas:

- Perspetiva cromática;
- Propriedades espaciais;
- Propriedades sinestésicas¹⁰;
- Dinamização da composição.

Na primeira, a utilização da cor contribui para a criação do espaço plástico, obtendo-se um espaço bidimensional ou tridimensional. Nesta perspetiva, as cores comportam-se em função de um grau igual de saturação, enquanto na de

¹⁰ Sinestesia: (substantivo feminino), sensação simultânea, percepção simultânea. Produção de duas ou mais sensações sob a influência de uma só impressão. (“Dicionário Priberam da Língua Portuguesa,” 2018).

valor (claro-escuro), em função do grau de intensidade luminosa, produzindo efeitos de profundidade.

Na segunda, a propriedade espacial, a cor tem capacidade de criar ritmos, variando intensiva e qualitativamente.

As propriedades sinestéticas da cor manifestam-se pelas dimensões sensíveis. Como diz o artista e designer Gregory Kepes (1976, s.p., apud Ramos and Porfírio, 2009, p. 143):

Vemos cores quentes e frias, sussurrantes e barulhentas, afiadas e redondas, leves e pesadas, tristes e alegres, estáticas e dinâmicas (...). Possuímos uma faculdade para perceber propriedades estruturais que são comuns à vista, ao ouvido, ao tato e ao gosto...

As qualidades térmicas da cor provocam:

- Efeito de avanço nas cores quentes e de retrocesso nas cores frias, relativamente ao ponto de vista;
- Efeito centrípeto¹¹ das cores frias e centrífugo das cores quentes.

A dinamização da composição dá-se através do contraste. Tendo em conta o brilho e a saturação, o contraste e, conseqüentemente, o dinamismo aumentam com a saturação, com as zonas azuis do espectro (uma vez que o par azul/amarelo é o mais contrastante e dinâmico, seguidamente ao branco/negro), com a proximidade das cores e com a eliminação dos contornos da figura.

Tamanho: é relativo quando descrito em termos de grandeza ou pequenez, mas também pode ser fisicamente mensurável.

¹¹ Centrípeto: Que procura o centro. Que atrai para o centro ("Dicionário Priberam da Língua Portuguesa," 2018).

Formato e enquadramento: O formato exprime a proporção interna da composição e limita o seu espaço, diferenciando o espaço plástico do físico. É a relação existente entre os limites de um objeto/superfície. Os critérios para estudar o enquadramento são o espaço ocupado pelo objeto e o seu tamanho e formato; e a forma de representação, ou seja, o ponto de vista. Os ângulos de visão do espectador mais utilizados são o meio, à altura dos olhos; o picado, a partir de cima; e o contrapicado, a partir de baixo (Ramos and Porfírio, 2009).

4.3.4 Elementos relacionais

Estes elementos representam a localização e inter-relação das formas, podendo ser percebidos e/ou sentidos.

Padrões da Natureza: A Natureza demonstra a tendência para criar e interpretar formas simples – observamos por exemplo linhas regulares ou formas circulares, como cogumelos silvestres dispostos num anel perfeito. A resposta a este fenómeno é que, segundo Gombrich (1984), a ordem na Natureza acontece onde as leis da física podem atuar em sistemas isolados sem distúrbio mútuo.

O contraste entre a ordem e a desordem parece ser o elemento que capta a atenção, sugerindo uma certa urgência por parte da Natureza e nos seus organismos em realçar padrões. Estes padrões revelam-se em duas tendências opostas: a camuflagem, padrão que mimetiza a aparência do habitat em que se insere, de modo a incorporar as espécies disfarçadamente; e o seu oposto, as marcas visíveis que realçam uma espécie dominante.

A mimética pode, então, imitar qualquer padrão natural, entendendo-se assim que a aleatoriedade e a desordem criam também um padrão – o que parece antinómico. Mas da desordem e do caos surge a ordem, o que fornece um leque de possibilidades na criação e perceção dos padrões que nos rodeiam. De salientar que, atualmente, o grau de aleatoriedade pode ser controlado por computadores e que experiências com padrões aleatórios confirmaram a sensibilidade mental para os restantes regulares (Gombrich, 1984).

Monotonia e variedade: A facilidade de percepção de um padrão regular de uma estrutura, por exemplo, de uma rede, conduz à monotonia e, conseqüentemente, ao aborrecimento. Como tal, o esperado torna-se redundante – o que traduz o conceito de “*variatio delectat*”, o reconhecimento de que “a variedade deleita”.

Segundo Gombrich (1984), é de realçar que devemos tomar atenção à identificação do “simples” com o “provável” e “redundante” – o padrão regular de uma pavimento de ladrilho não é nem mais nem menos provável em qualquer sentido mensurável do que um pavimento de padrão irregular e aleatório, sendo apenas de mais fácil construção e memorização.

Para além de perceber e analisar a diferença entre regular e irregular, devemos possuir a “capacidade de explicar o facto mais básico da experiência estética: de que o prazer se situa entre o tédio e a confusão”, o monótono e o inesperado (Gombrich, 1984, p. 9). Enquanto as estruturas simples permitem a sua reconstrução e manipulação, tornando-se complexas e novas, o padrão excêntrico não impele à sua análise. Um exemplo será o pavimento de placas retangulares, que podem ser organizadas em linhas *zig-zag* interrelacionadas – a variedade e infinidade de combinações possíveis é aqui demonstrada, como no elemento natural mais surpreendente e variável, o cristal de neve.

Tais estruturas hierárquicas criadas pelo Homem ilustram o princípio da “unidade na diversidade”, desde sempre associado às configurações estéticas.

A facilidade de percepção deve ser aliada à facilidade de construção, sendo que a produção de modelos internos regula as nossas expectativas. Conseguimos facilmente antecipar as formas que surgem de um certo plano ou esfera, mas não de uma forma irregular e aleatória como um pedaço de carvão. O objeto decorado situa-se entre estes extremos. Assim, as nossas expectativas serão alcançadas quanto à forma geral, mas agradavelmente manipuladas dentro dessa estrutura principal, pelas variedades de design.

Inquietação e repouso: A introspeção sugere que chamamos um padrão de inquieto quando nos sentimos atraídos por ele. O autor de *The Sense of Order* (Gombrich, 1984) infere que os efeitos do movimento seguem o mesmo princípio

dos efeitos que, por exemplo, os flashes de luz intermitentes criam numa pessoa. Assim, a razão está na natureza do nosso aparelho visual – no facto de os nossos olhos serem construídos de forma a apenas podermos focar uma área limitada de cada vez.

Uma superfície com variados elementos irregulares que captam a atenção vai gerar inquietação por parte do observador – que não vai saber para onde olhar primeiramente, e permanecer atraído (FIGURA 13 A E B). Aqui entra a Psicologia da Gestalt¹², para “desmantelar” a inquietação deste tipo de efeitos, através do método de organização das composições em ordens específicas (“arrumadas”).

A opinião de Gombrich, no entanto, difere da visão gestáltica na medida em que, enquanto esta recai sobre a nossa percepção de ordem, ele enfatiza o oposto – a nossa resposta à desordem. Reconhece a visão de Rudolf Arnheim, que na sua obra *Art and Visual Perception* (1974), declara que a ordem vence a experiência em configurações como na FIGURA 13 e na FIGURA 14, mas refuta que, no entanto, não o reconheceríamos na ausência das ruturas que, por si só, constituem as suas características distintivas (Gombrich, 1984).

¹² Teoria Gestalt (ou teoria da forma): palavra alemã *gestalt* sem equivalente preciso em português. Refere o modo como funciona a psicologia da percepção, através da visão icónica, defendendo que um conjunto é apercebido através da sua estrutura, independentemente da memória. Uma forma organiza-se num todo, mesmo quando composta de elementos; as partes ou elementos podem mudar, mas o essencial, a forma, mantém-se.

A teoria da Gestalt foi inicialmente formulada no final do século XIX na Alemanha e Áustria, sendo Max Wertheimer considerado o fundador. O mesmo propõe princípios no seu “raciocínio visual”: proximidade, semelhança, semelhança + proximidade, “*common fate*” (destino comum), *objective set* (ajuste), direção ou continuidade, *closure* (fecho), “*good curve*” (boa curva), pregnância (boa forma) e experiência passada. Existem também outras leis que complementam a Gestalt, como: lei da totalidade, estrutural, dialética, contraste, complemento, simplicidade, concentração, contorno, movimento coordenado, persistência (Freitas, 2005; Ramos and Porfírio, 2009; Wertheimer, 1938).

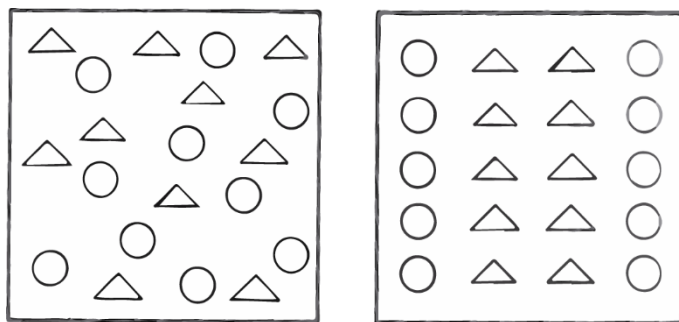


Figura 13 a e b: Inquietação e repouso
(Gombrich, 1984)



Figura 14 a e b: Inquietação e repouso
(Gombrich, 1984)

Escala e proporção: Todos os elementos têm a característica de se modificarem e definirem entre si. O efeito de escala produz-se quando se comparam os mesmos. A proporção implica relação e variação e não deve ser confundida com cânone.

Movimento: pode dizer-se que a todo o movimento se opõe o contramovimento. Do contraste entre ambos nasce a tensão causada pela orientação e inter-relação dos elementos. O movimento provoca percepções de dinamismo e velocidade perante linhas, volumes, contrastes de luz e sombras, de formas, cores e texturas.

Juntamente com a linguagem da cor e da forma, o movimento permite transmitir diferentes sensações:

- No sentido horizontal, tranquilidade e estabilidade;
- No sentido vertical, equilíbrio, ordem e espiritualidade;
- Numa linha oblíqua, expressa dinamismo, tensão, desordem;
- Ondulado e sinuoso, expressa continuidade, plenitude e totalidade;

- Quebrado regular, expressa um impulso entre duas direções opostas e é menos dinâmico do que seguindo uma linha quebrada irregular;
- Concêntrico, sugere concentração, reunião de pensamentos (Ramos and Porfírio, 2009).

Ritmo: é uma sucessão harmónica de formas visuais, um elemento ativo e dinâmico, tanto na natureza (ritmo vital), como na composição (ritmo expressivo ou estético) (Ramos and Porfírio, 2009).

“O ornamento é perigoso porque nos deslumbra e tenta a mente à submissão sem a devida reflexão.” (Gombrich, 1984, p. 17).

A mais antiga forma de expressão gráfica é a produção de ritmos, ou repetição regular de sinais. Andrea Branzi (1984, p. 117, apud Manzini, 1993, p. 206) diz:

Ao contrário da superfície de uma pintura, que pressupõe a existência de uma fronteira constituída pelo perímetro da pintura, (...) uma superfície decorada implica fronteiras infinitas e contém em cada uma das suas partes mais pequenas o somatório da informação de todo o sistema (...).

O argumento preconizando a não ornamentação do Movimento Moderno, em que a decoração era típica do artesanato manual, enquanto uma superfície mais lisa era apropriada à maquinaria já não é justificável – a atual tecnologia é capaz de muito na decoração (Manzini, 1993).

Tensão: é uma experiência perceptiva que necessita de um estímulo. É definida pela força e pela direção e gerada por fatores como proporções dos elementos visuais, orientação oblíqua, forma, contraste cromático ou sinestésias. A profundidade forçada na composição produz também tensão.

Algumas formas com maiores qualidades visuais e perceptivas da tensão são:

- Formas irregulares, assimétricas e descontínuas;
- Formas incompletas;

- Formas em esforço (mais tensas do que as representadas projetivamente);
- Representação não convencional de uma forma;
- Formas com sombras e texturas (Ramos and Porfírio, 2009).

Equilíbrio: é pensado como uma igualdade de oposição que implica um eixo, implícito ou explícito, ou ponto, à volta do qual as forças se equilibram. Assim, existem três tipos: axial, radial e oculto. O equilíbrio axial, por exemplo, a simetria, difere do radial pelo facto de este ter movimento giratório e o primeiro ser estático; o equilíbrio oculto é mais complexo, pois baseia-se no controlo das atrações opostas ao tentar encontrar uma igualdade sentida sem utilizar eixos explícitos – foca-se no centro de gravidade, possuindo uma grande variedade formal e de expressão (Ramos and Porfírio, 2009).

4.3.5 Elementos práticos

Os elementos práticos estão confinados ao conteúdo e extensão do desenho.

Representação: pode ser realista, estilizada ou abstrata.

Significado: está presente quando há uma mensagem a ser transmitida.

Função: está presente quando se serve um determinado fim.

4.4 Sentido

“As técnicas são os agentes no processo de comunicação visual; é através da sua energia que o carácter de uma solução visual adquire forma” (Dondis, 2007, s.p.). As opções de formatos e meios são vastas. São as técnicas que apresentarão sempre uma maior eficácia na resolução de um problema visual, enquanto elementos de conexão entre a intenção e o resultado. Assim, na construção da linguagem pretendida, devem ser tidos em conta aspetos como as forças estruturais que existem funcionalmente na relação interativa entre os estímulos visuais e o organismo humano, tanto ao nível físico como psicológico. O carácter dos elementos visuais e o poder de configuração das técnicas, bem como as soluções visuais devem ser orientados pela postura e pelo significado pretendidos, através do estilo pessoal e cultural; deve-se também considerar o meio em si, cujo carácter e cujas limitações irão ditar os métodos de solução.

Em todos os aspetos, o processo é complexo. No entanto, tal complexidade não tem de ser um obstáculo à compreensão do modo visual, a simplicidade tem aspetos negativos. Quanto mais simples a fórmula, mais restrito será o potencial de variação e expressão criativas. “Longe de ser negativa, a funcionalidade da inteligência visual em três níveis — realista, abstrato e simbólico — tem a oferecer uma interação harmoniosa, por mais sincrética¹³ que possa ser” (Dondis, 2007, s.p.).

¹³ Sincretismo: Ecletismo; Amálgama de concepções heterogêneas (“Dicionário Priberam da Língua Portuguesa,” 2018).

4.4.1 Visão diacrónica e sincrónica

Diacronia e sincronia são conceitos distintos, mas complementares, usados para indicar diferentes perspetivas de estudo: através do tempo (diacronia) e num momento específico (sincronia). Em termos gerais, tratam as características e mudanças de uma língua, no entanto, podem adequar-se a outros âmbitos.

Um estudo diacrónico trata as relações entre termos que se substituem, por sucessão, ao longo do tempo. Essas mudanças também acontecem no nosso meio onde vemos as transformações no decorrer dos anos. Assim, resume-se a todo o histórico do produto e à sua evolução.

Um estudo sincrónico incide nas características que algo apresenta durante um dado período do tempo. Assim, é momentâneo, não sendo estudada a evolução no tempo, mas apenas um momento específico inserido nesse processo evolutivo (“Falando de Evolução – Diacronia,” 2014, “Sincronia e diacronia,” 2018).

Um dos melhores exemplos identificativos do atual panorama da moda e, simultaneamente, da evolução temporal da mesma, é a exposição do *Metropolitan Museum of Art's Costume Institute*, “*Manus x Machina: Fashion in na Age of Technology*”, em 2016. A exposição demonstrou o concílio entre o artesanato e manualidade e as novas tecnologias de produção à máquina, na criação da *Haute Couture* e do *Prêt-à-Porter* vanguardista (“*avant-garde*”).

Com mais de 170 peças de inícios do séc. XX até ao presente, a exposição recorda a fundação da *Haute Couture*, no séc. XIX, quando a máquina de costura foi inventada, e a emergente distinção entre a mão (“*manus*”) e a máquina (“*machina*”) num contexto de produção em massa. Explora esta crescente dicotomia em que “a mão e a máquina são apresentadas como ferramentas

discordantes no processo criativo, e questiona a relação e distinção entre *Haute Couture* e *Ready-to-Wear*¹⁴ (The Met Museum, 2018).

A exposição é organizada por ofícios tradicionais da *Haute Couture*, como bordados, trabalhos de penas, plissados, rendas, peles e o trabalho minucioso da criação de flores artificiais. No entanto, a cada técnica tradicional são aliadas tecnologias inovadoras, como impressão 3D e *lasercut* (corte a laser). Peças-chave são um vestido de Iris Van Herpen de 2012 (FIGURA 17), vestidos cravejados a lantejoulas de Christian Dior de 1949 (FIGURA 21), os característicos plissados de Issey Miyake (FIGURA 18) e, a liderar a exposição, o conjunto de noiva da coleção de outono 2014 *Haute Couture* de Karl Lagerfeld para Chanel (FIGURA 15).

O conjunto é composto por *scuba knit*¹⁵ (malha de “mergulho”), moldado à mão, cosido à máquina e acabado à mão – o padrão na cauda (de *scuba knit* e cetim de seda), desenhado por Lagerfeld, foi manipulado digitalmente de modo a assemelhar-se a um padrão barroco pixelizado e irregular. Depois foi pintado manualmente com pigmentos metálicos dourados, estampado por *transfer* (prensa quente) com “*rhinestones*” (pedras que simulam diamantes) e bordado à mão com pérolas e pedras preciosas, por diferentes ateliers (Betker, 2016; The Met Museum, 2018).

¹⁴ T.L. de: “*It explores this ongoing dichotomy, in which hand and machine are presented as discordant tools in the creative process, and questions the relationship and distinction between haute couture and ready-to-wear*” (The Met Museum, 2018).

¹⁵ *Scuba knit* é semelhante ao neoprene (material de fatos de mergulho) e é uma malha dupla feita de fibras de poliéster finamente torcidas que criam um toque suave, baixo brilho e bom caimento (Fabric.com, 2018a).



Figura 15: "*Manus x Machina*", conjunto Chanel 2014. (Vogue, 2018)



Figura 16: "*Manus x Machina*", Detalhe conjunto Chanel 2014. ("The Marriage of Manus and Machina – Style Bubble," 2016)



Figura 17: "*Manus x Machina*", Iris Van Herpen SS12.
(The Met Museum, 2018)



Figura 18: "*Manus x Machina*", Issey Miyake "*Rhythm Pleats*", SS1990.
("The Marriage of Manus and Machina – Style Bubble," 2016)



Figura 19: "*Manus x Machina*", Noa Raviv, 2014 *Ready-To-Wear*.
 ("The Marriage of Manus and Machina – Style Bubble," 2016)



Figura 20: "*Manus x Machina*", Comme des Garçons by Junya Watanabe, Autumn/winter 2015-16 //
 Pierre Cardin, 1968 *Haute Couture*.
 ("The Marriage of Manus and Machina – Style Bubble," 2016)



Figura 21: "*Manus x Machina*", Dior by Christian Dior, *Autumn/winter Haute Couture* 1949-50.
("The Marriage of Manus and Machina – Style Bubble," 2016)



Figura 22: "*Manus x Machina*", Maison Margiela by Martin Margiela "*Drapery Study*" Waistcoat, *Spring/summer demi-couture* 1997 // Maison Margiela by John Galiano jackets, *Spring/summer haute couture* 2015.
("The Marriage of Manus and Machina – Style Bubble," 2016)

Parte 2 | Caso de estudo: Maison Margiela

5 Apresentação da marca

INTRODUÇÃO AO CAPÍTULO

Este capítulo apresenta o caso de estudo, a marca Maison Margiela, a sua contextualização histórica e identidade.

É estudado o trabalho da marca desde a sua fundação, nos tempos do criador Martin Margiela, até aos tempos atuais.

5.1 História

Maison Margiela é uma casa de Moda francesa, fundada em Paris, em 1988, pelo designer belga Martin Margiela e Jenny Meirens.

Margiela estudou na *Royal Accademy of Fine Arts* em Antuérpia, entre 1977 e 1979. Depois de trabalhar com designers como Jean Paul Gaultier entre 1984 e 1987, fundou então a sua própria casa em 1988 e simultaneamente apresentou a sua primeira coleção primavera/verão em 1989 (Vardaro, 2018).

A marca abrange o masculino e o feminino, por vezes fundindo os géneros. Aborda a desconstrução, reinvenção e redefinição das silhuetas.

Em 2002, Renzo Rosso, presidente do grupo Only the Brave (OTB), detentora de marcas como a Diesel ou Viktor & Rolf, tornou-se acionista maioritário da marca.

Em 2006, a Maison Martin Margiela tornou-se membro da *Chambre Syndicale de la Haute Couture*, apresentando a sua primeira coleção “*Artisanal*” – referida como linha 0 – para SS2006.

Entre a saída de Martin Margiela, alegadamente em 2009, e a entrada de John Galliano, a marca ficou entregue às mãos da sua equipa anónima, cujo contributo foi, portanto, fundamental.

John Galliano é o diretor criativo desde 2014. A abordagem rigorosa de Margiela à sua herança iconoclástica é moldada através da visão poética de Galliano da *Haute Couture*, casando conceitualismo com arte, mistério e elegância moderna (“Maison Margiela,” 2018).

5.2 Identidade

Dada a ambiguidade da terminologia da Moda nos dias de hoje, a sua qualificação é imprecisa. A definição de “luxo” tem vários contornos, deixando de ser circunscrita apenas ao elitismo de uma Hermès *Kelly bag* em pele de crocodilo e cravejada de joias, mas também dizendo respeito a um batom de longa duração de uma marca não tão alta como a Max Factor. O termo “minimalismo” tornou-se também trivial, com o seu uso excessivo e referente a diferentes situações. Originalmente, o termo unia um grupo de artistas cujos trabalhos isentos de adornos se estendiam ao ponto abstrato da quase inexistência. Agora, marcas como Giorgio Armani ou Jil Sander são também chamadas de minimalistas por características formais como aviamentos escondidos ou ausência e despojamento de bordados e outros ornamentos (Frankel, 2009).

“Conceptual” surge nos anos 80 como um termo diferenciador de uma peça contemplativa, profunda, até provocante, em resposta à excentricidade das tendências de vestuário na época vigentes. Surgiram então nomes como Issey Miyake, Comme des Garçons e Yohji Yamamoto, cujos designs eram concetuais. No final da década, a Maison Martin Margiela aparece particularmente para refutar a estética barulhenta e excessiva que a antecederia.

O que distinguiu o trabalho de Martin Margiela dos nomes japoneses foi o seu rótulo de “desconstrutivista”, como a arquitetura da época. No entanto, Martin resistia a esse apelido, realçando a sua intenção: “pegar numa forma existente e retrabalhá-la. (...) Para nós, a paixão é a criação.”¹⁶ (Frankel, 2009, s. p.).

Para Susannah Frankel (2009), o termo “conceptual” precisa de reavaliação, uma vez que é associado a apreciações negativas, ou a vestuário que deve ser apreciado, mas que ninguém gosta ao ponto de querer usar. Por volta dos anos 90, a moda conceptual significava vestuário orientado por uma ideia ao ponto de se perder a sua função.

¹⁶ T.L. de “*to take an existing form and rework it. (...) For us, the passion is the creation.*” (Frankel, 2009, s.p.).

A nossa moda, por vezes, foi provavelmente intelectual e esperamos que sempre inteligente. Alguns designers almejam rotular-se de intelectuais, talvez para tornar o seu trabalho mais respeitável, aproximá-lo da arte e mais longe do seu propósito original – o de vestir. Como em muitas outras coisas, quando se tenta demasiado, perde-se o pretendido. Um vestido que tenta demasiado ser intelectual e/ou inteligente vai automaticamente tornar-se ridículo.¹⁷ (Maison Martin Margiela, s.d., apud Frankel, 2009, s.p.).

O que conduzia a marca nos seus tempos de Maison Martin Margiela seria a sua postura *anti-marketing*. Desde a etiqueta branca lisa bruscamente pregada às roupas, ao facto de o designer nunca ter concordado em dar entrevistas pessoalmente ou ser fotografado, as ideias pretendidas recaíam sobre a de que o produto era o que importava, e não a entidade (Maison Martin Margiela, s.d., apud Frankel, 2009, s.p.).

Falando na etiqueta, os círculos que surgem a assinalar alguns números de entre uma lista não são inadvertidamente colocados. Servem para identificar as linhas da peça de uma forma única. Estas são cosidas à peça por quatro pontos largos, fáceis de retirar, mantendo o anonimato (FIGURA 23). A etiqueta que anuncia “REPLICA” (FIGURA 24), identifica a linha introduzida pela coleção outono/inverno 1994 “Barbie”, que reproduzia em ponto grande vestuário das bonecas. Essa linha daí em diante constituía peças que eram reproduções de vestuário e acessórios recolhidos de várias partes do mundo, para integrar coleções sazonais, formando um conceito (“Maison Margiela,” 2018).

¹⁷ T.L. de “*Our fashion was probably intellectual sometimes and we hope it was always intelligent. If some designers’ will is to be labelled intellectual it’s probably to give their work a more “respectable” aspect, to bring it closer to art and as far as possible from its original purpose, that is to put clothes on people’s bodies. Like a lot of things, when you try too hard, then it’s definitely “out of it” and you have missed what you were aiming at. A dress that tries too hard to be intellectual and/or intelligent will automatically become ridiculous.*” (Maison Martin Margiela, s.d., apud Frankel, 2009, s.p.).

	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
	10 11 12 13 14 15 16
	17 18 19 20 21 22 23
	Maison Martin Margiela
	PARIS
①	Collection "Artisanal" pour femme & homme
	La collection défilé pour femme *
①	La collection pour femme
④	Garde-robe pour femme
③	Collection de fragrances
⑧	Collection de lunettes
⑩	La collection pour homme
⑭	Garde-robe pour homme
⑪	Collection d'accessoires pour femme & homme
⑫	Collection de joaillerie
⑬	Objets & éditions
②②	Collection de chaussures pour femme & homme
MM®	Vêtements pour ♀
	*Etiquette toute blanche

Figura 23: Legenda etiquetas MMM.
(Contributor, 2012)



Figura 24: Etiquetas MMM.
("Maison Margiela," 2018)

Os cânones da marca foram sendo que qualquer pessoa “encontrasse a sua forma de vestir ao invés de uma forma de vestir prescrita por outra pessoa ou por tendências predominantes”¹⁸ (Maison Martin Margiela, s.d., apud Frankel, 2009, s.p.).

A casa responde à excelência da Alta-Costura com a linha “*Artisana*”, feita de “apropriações e materiais simples com inteligência modesta, mais ricos do que as horas de bordados usadas incessantemente para legitimar um designer” (Saillard, 2009, p. 265). Martin ofereceu novo a partir do velho, preservando a poética e o conceito intrínsecos e antecipando-se às tendências do *vintage* e reedições. Lenços enrugados, velhos trajes de teatro ou peças antigas são elevados a vestidos de noite, novas peças com novo estatuto.

Quando, em 2006, nasceu a coleção *Artisana*, a equipa de design viajou pelo mundo em busca de peças antigas do século XIX até ao presente - de rendas Eduardianas a desenhos originais da Bauhaus e de *jeans* desgastados a forros de seda antigos - transformando tudo à mão. Tanto a escassez dos materiais em questão quanto o artesanato na criação desta coleção naturalmente limitaram a produção e aumentaram os gastos e, por essa razão, a *Chambre Syndicale de la Haute Couture* convidou a casa para apresentar a coleção na semana da *Haute Couture* de Paris. No entanto, Martin Margiela sempre insistiu que não se tratava de uma coleção de Alta-Costura, apenas de inspiração para o atelier *Prêt-à-Porter* (Frankel, 2016).

Margiela introduziu novos e simples conceitos e estabeleceu uma nova consciência: uma rolha de champanhe como um brinco; fita adesiva e uma sola como um sapato; cubos de gelo coloridos como joalheria efêmera. O criador construiu assim referências para a moda contemporânea (Saillard, 2009).

¹⁸ T.L. de “(...) *someone finds their way of dressing as opposed to a way of dressing as prescribed by anyone else or by overriding trends*” (Maison Martin Margiela, s.d., apud Frankel, 2009, s.p.).

*Isn't success, in the case of artists, the ability to express one's ideas to whatever public might be touched by that expression? Like many creative ideas, it is not necessarily the originality of the premise that is important or that defines the 'art' but the means and purity of its expression.*¹⁹ (Maison Martin Margiela, s.d., apud Frankel, 2009, s.p.)

A Alta-Costura é vista como *eco-friendly*, no sentido em que é a personificação da atitude e movimento "*Slow Fashion*"²⁰ - as peças são feitas para durar, sob encomenda e usadas, em alguns casos, por gerações.

Mas a Maison Martin Margiela eleva essa sustentabilidade a outro patamar, criando coleções inteiras com reutilização e *upcycling* de materiais *vintage*, que podem igualmente oferecer um caráter *couture*, pela sua nobreza, qualidade, singularidade e, sendo revitalizados, pela sua história.

¹⁹ T. L.: "Não é o sucesso, no caso dos artistas, a habilidade de expressar uma ideia a qualquer público que seja tocado por essa expressão? Como em muitas ideias criativas, não é necessariamente a originalidade da premissa o mais importante ou que define a 'arte', mas sim a intenção e a pureza da sua expressão." (Maison Martin Margiela, s.d., apud Frankel, 2009, s.p.).

²⁰ O *Slow Fashion* vem combater o *Fast Fashion* – que define a indústria do vestuário atualmente, onde o foco está no máximo de produção e lucros, com prazos de entrega curtos e preços baixos obtidos pela exploração de mão-de-obra e recursos naturais.

O movimento fundamenta-se em projetar, produzir, consumir e viver melhor. Não é baseado no tempo nem na quantidade, mas na qualidade (que tem alguns componentes de tempo). Lento não é o oposto de rápido, mas uma abordagem diferente em que designers, compradores, retalhistas e consumidores estão mais conscientes dos impactos dos produtos sobre os trabalhadores, comunidades e ecossistemas. O conceito baseia-se também nos princípios do *Slow Food*, da boa qualidade, ambiente limpo e justiça para consumidores e produtores (Fletcher, 2007).

6 Tecnologias em Margiela

INTRODUÇÃO AO CAPÍTULO

O presente capítulo apresenta algumas das tecnologias têxteis mais representativas da marca, de forma a sustentar o estudo da superfície com a verificação de tecnologias tradicionais e emergentes.

Desta forma, encontra-se nos materiais, processos e meios de manipulação têxteis, a possibilidade de espelhar as propriedades estéticas e funcionais das peças.

A Maison Martin Margiela, para além de apologista do *upcycling* e reutilização de peças quer antigas, quer danificadas, foi também precursora de inovadoras técnicas de tratamento das superfícies têxteis, criando matérias com um interesse particular.

*“His signature aesthetic makes use of exposed seams that draw attention to a garment’s pattern and construction.”*²¹ (Labrague, 2017, s.p.).

A exposição “9/4/1615” de 1997 no museu *Boijmans Van Beuningen*, em Roterdão, já apresentava tecnologias de biodesign que ainda hoje sofrem desenvolvimentos. Exibiu 18 coordenados em tons de branco, creme e cinza de coleções anteriores e colaborou com um microbiologista holandês. A manipulação dos tecidos 100% algodão (CO) dava-se pela ação de bactérias, leveduras e fungos, isolados durante a exposição até à conclusão do processo e criação de texturas e estampados únicos e inimitáveis (FIGURA 25 e FIGURA 26).

²¹ T. L.: “A sua assinatura estética faz uso de costuras expostas que chamam a atenção para o padrão e a construção de uma peça de roupa.” (Labrague, 2017, s.p.).



Figura 25: Peças com cultura de bactérias. Maison Martin Margiela, 1997.
(Yosefina, 2013)



Figura 26: Peça com cultura de bolores. Studio Martin Margiela, 1997.
(“Maison Martin Margiela garment covered in mold... - Sombre Boîte,” 2018)

A reciclagem é um importante e notório fator de sustentabilidade no uso dos materiais na construção da superfície Margiela. Muito devido a esta mudança e recriação, a marca diferenciou-se com Martin, mantendo estes vestígios até hoje. Para a casa, a reciclagem é “outra oportunidade” que lhe vem “por natureza” (*Maison Martin Margiela*, 2009, s.p.).

A reutilização de peças inesperadas, como objetos domésticos, acessórios e peças de roupa vintage, ou outros objetos utilizados para atividades diárias, criou uma onda de *upcycling* na moda, uma visão *eco-friendly* da indústria cujo mediatismo desagradava o criador Martin e a equipa, e estabeleceu um mercado conceito e ponto de vista. A FIGURA 27, a FIGURA 28 e a FIGURA 29 demonstram uma blusa feita de pequenos vestidos; um casaco estruturado cuja estrutura de tafetá é feita inteiramente de elásticos; botas revestidas de papéis e plásticos como selos de garrafas de champanhe.

Atualmente, a marca mantém esta tradição, incorporando reutilização de materiais nas peças de Alta-Costura. Exemplificando, a recente coleção outono-inverno 2018 *Artisanal* (FIGURA 30) trouxe um casaco *oversized* feito de tecido como que cardado (“*needle-punched*”, método usado na produção de não-tecido, onde várias agulhas perfuram o tecido), unindo lenços de seda reciclados e feltro, e posteriormente unindo camisas de dormir vintage, formando a memória dos seus delicados motivos. O mesmo coordenado apresenta também (no vestido retalhado colorido sob a camada de losangos de poliuretano e o casaco) a utilização de uma técnica antiga chinesa chamada *Ge Ba*, que consiste em reciclar pedaços de tecidos descartados, unindo-os com cola de arroz. (“Maison Margiela,” 2018).

Esta técnica *Ge Ba* era usada na China em colagens de tecidos usados para acolchoar as solas dos sapatos das pessoas em meados do século XX. A FIGURA 31 representa uma das peças de uma coleção particular de objetos chineses de François Dautresme, que foi descoberta em 1965, numa chamada loja de trapos e ossos, mas que vendia principalmente itens de limpeza. As mulheres selecionavam roupas que já não eram utilizadas, cortavam-nas em retângulos de aproximadamente 40x60 cm, compunham-nas entre 10 a 15 camadas e colavam-nas com cola de arroz (“Selvedge: GOING, GOING, GE BA,” 2017).



Figura 27: AW 06/07.
("SONG SONG - Maison Martin
Margiela - Artisanal Collection," n.d.)



Figura 28: *Couture* 2008.
(DELECTANT, 2015)



Figura 29: SS12 *Artisanal*.
("Pinterest," n.d.)

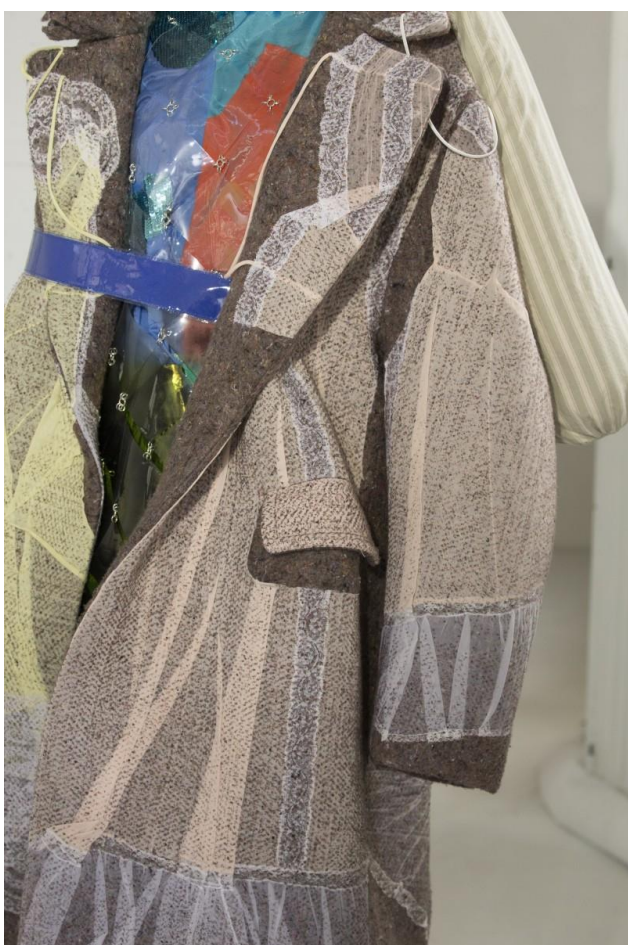


Figura 30: AW18 *Artisanal*.
("Maison Margiela," 2018)



Figura 31: Tecido com técnica Ge Ba, 1965. Fotografia de Mark Eden Schooley.
("Selvedge: GOING, GOING, GE BA," 2017)

7 Superfície em Margiela

INTRODUÇÃO AO CAPÍTULO

O seguinte capítulo apresenta o fruto da análise dos parâmetros da estética e percepção no caso de estudo da superfície em Margiela. Concentra o estudo das tecnologias com propriedades da sintaxe visual e estéticas da marca, tendo como foco as superfícies.

7.1 Sintaxe: propriedades visuais e táteis

“O que é cor?”

Uma intensidade, uma temperatura, um choque, uma harmonia.

E como a usa?

Quando é pedida.

O que é preto?

Uma ausência, uma presença, um humor, um manto.

O que é vermelho?

Um corar, um rubor, uma febre, um domínio.

O que é a pele?

Uma proteção.

O que é tecido?

Um meio.

O que é textura?

Um resultado do tempo.

O que é construção?

Um meio para o fim.

O que é a função?

Uma resposta a uma necessidade.

O que é arte?

Uma necessidade de responder.

O que é artesanato?

Um fruto do tempo.

O que é roupa?

A camada final.

O que é moda?

Uma série de proposições.

O que é reciclagem?

Outra oportunidade.

Como se encaixa a reciclagem no seu trabalho?

Por natureza.

Como se desenvolve um conceito na Maison Martin Margiela?

Tempo, uma pergunta, uma resposta.

Como se desenvolve um conceito na Hermès?

*Tempo, outra pergunta, outra resposta.
O que gostaria de desenvolver? Além de roupas?
Um entendimento.
Por que palavras vive?
Nós.”*

Maison Martin Margiela para “*View on Colour*”, 1998
(*Maison Martin Margiela*, 2009, s.p.)

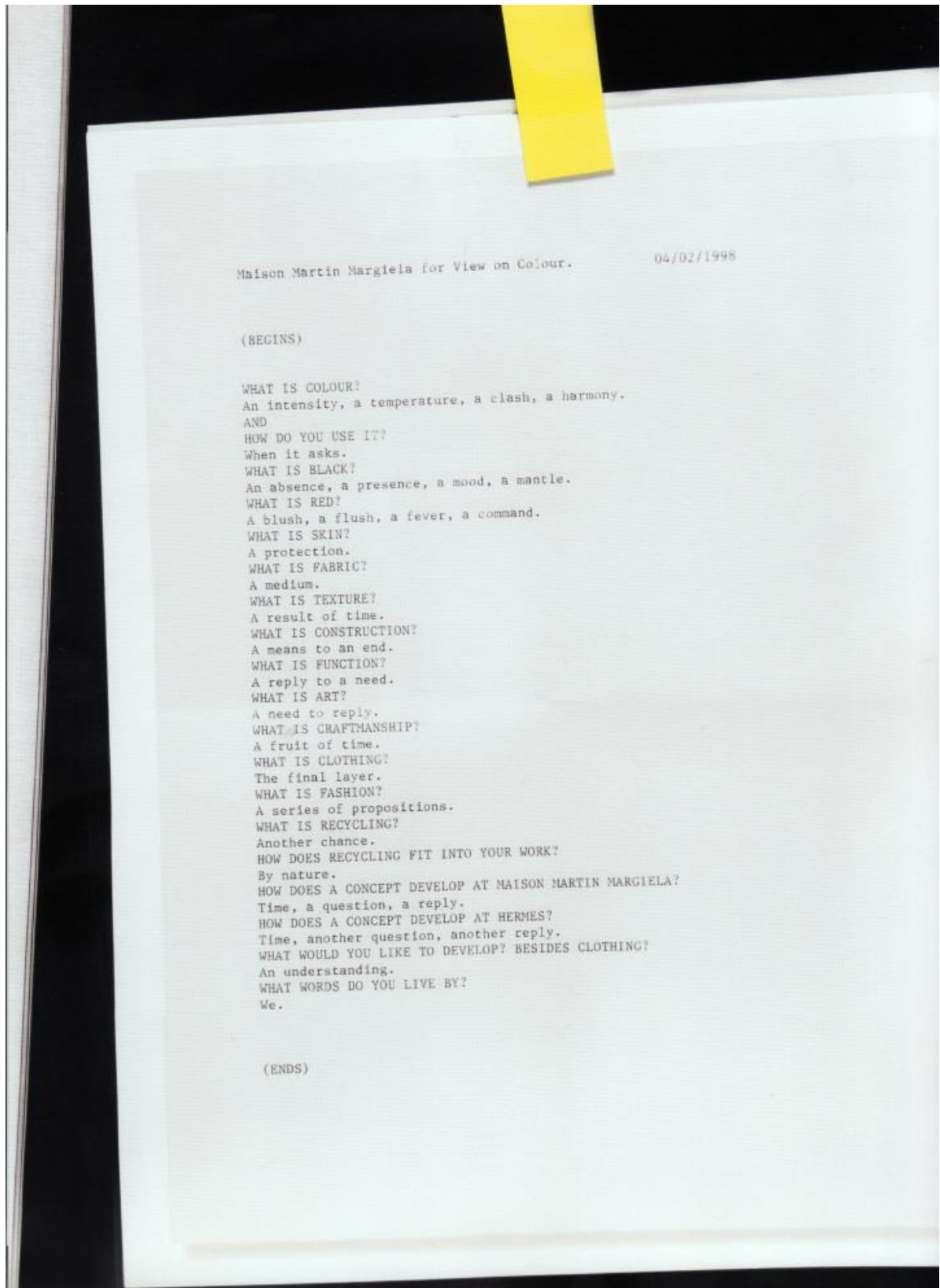


Figura 32: Maison Martin Margiela para "View on Colour", 1998.
(History of Our World, 2010)

A coleção *Artisanal* do outono/inverno de 2012, desenhada pela equipa anónima da Maison Margiela numa fase de transição entre Martin e Galliano, fundamentou-se na assinatura do primeiro: a recuperação de peças e acessórios *vintage*, tornando-os peças novas. Assim o diz a diretora da *Vogue Runway* Nicole Phelps (2012), descrevendo brevemente em que consistiu a coleção:

- O casaco sem mangas em algodão cru foi criado a partir de um fraque de 1905, sendo o fecho uma maçaneta de cristal encontrada em Nova Iorque (FIGURA 33 A); um antigo vestido de seda ornamentado com motivos *Art Nouveau* foi elevado a um casaco *bomber* acolchoado (FIGURA 33 E); um bolero e um colete foram construídos a partir de luvas de basebol *vintage* (FIGURA 33 B, C) e um casaco feito de uma vela de *windsurf* adicionaram um toque surreal (FIGURA 33 D).

- O foco centrou-se na metade superior do corpo, que melhor traduziu o conceito. A parte inferior foi preenchida por rendas francesas em calças simples de corte reto, que atuavam como uma tela. Os modelos usaram máscaras bordadas com cristais, que mantinham o anonimato (marca antiga de Margiela). Para Phelps (2012), a coleção funcionou como um “antídoto *avant-garde* (e *eco-friendly*) das apresentações que a precederam nessa semana (...)”²².

²² T.L. de: “*the presentation acted as an avant-garde (and eco-friendlier) antidote to the shows that preceded it this week. A welcome addition to the couture schedule*”(Phelps, 2012).

Esta coleção reflete o caráter invocativo da mudança, da criatividade conceptual e plástica, do tratamento dos materiais. De facto, a componente de sustentabilidade é demonstrada no *upcycling* feito em vários coordenados, ou seja, a reutilização de peças antigas, ou, como no caso da vela de *windsurf*, de objetos anteriormente e à partida não vestíveis. O reaproveitamento tornou-se, neste caso, o ex-líbris da coleção.

De um panorama geral, ao avistar a coleção, o que sobressai será, talvez, o ecletismo das cores e ornamentos, que por sua vez sugerem diversas texturas táteis e visuais.

Denota-se as linhas orgânicas dos retalhos, bordados e adornos minuciosos, das rendas intrincadas, das curvas acentuadas das luvas de basebol.

As sobreposições das luvas no colete e no bolero criam relevo e, por isso, textura, a aliar à maciez do couro e à rugosidade das austeras costuras.

É notório o contraste entre as superfícies dos coordenados em algodão cru e os restantes – desde o monobloco de cor/paleta diversificada, à ausência de textura visual e tátil/ecletismo de sensações, ao monomaterial/combinções de matérias-primas, ao minimalismo e cuidado de acabamentos, às diferentes emoções que ambas podem transmitir.

A linguagem visual da marca Maison Margiela demonstra uma barreira notória entre a sua fase “Maison Martin” e a posterior, a fase “Galliano”. A primeira, indiscutivelmente, encerra um valor incontornável, pela sua função de pioneira e lançadora da enigmática e progressista casa.

A fase “Martin” tinha como princípio o anonimato e o protagonismo da expressão do conceito, e do anti-marketing. A esse pensamento aliava-se uma linha *clean*, minimalista, livre de complicações, mas intrincada, simbólica, até teatral, com algo para decifrar.

Já a fase “Galliano” é, a par da sua anterior obra, mais excêntrica, profusa, *kitsch*, mas de igual modo com várias possíveis interpretações e significados. Em comum também a riqueza de matérias-primas e tecnologias de abordagem à superfície.

Com certeza poder-se-á confirmar os traços dos gostos que ambos partilham na literatura do séc. XVII, no vestuário do séc. XVIII e no *kitsch*, como Galliano confidenciou em entrevista para o “*The Sunday Times Style*” (Dazed, 2016).

O ponto e a linha em Margiela são elementos que estruturam a superfície, que a preenchem, sendo parte do que guia o olho do observador a encontrar o sentido da peça, ou a ver a imagem para lá do óbvio.

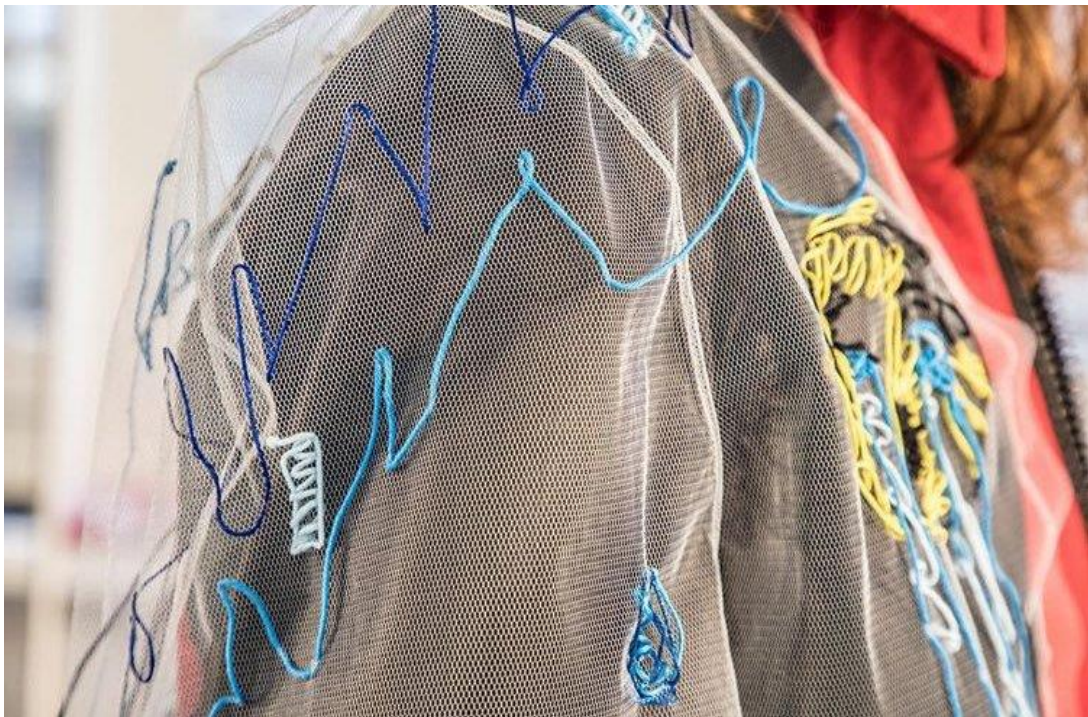
Estes elementos, para além de conceptualizarem os cortes e camadas que as peças têm, são também usualmente formas, tornando-se elementos visuais. Os bordados e as costuras são muitas vezes utilizados para tal, como a FIGURA 34, a FIGURA 35 e a FIGURA 36 demonstram. Na primeira, a linha detém o papel principal, delineando subtilmente os movimentos e ritmos, ora intercalados, num tracejado irregular, ora em linhas duplas contínuas, ora em linhas *zig-zag*, mais ritmadas, marcando intensidades diferentes como num ritmo cardíaco. As suas repetições ajudam a “facetar” a peça/vestido, acompanhando os diversos planos do tecido e os seus caimentos e criando assim vários ângulos, sugerindo também uma certa profundidade. O tecido, por sua vez, um véu de nylon translúcido, sem acabamentos aparentes, contribui para os efeitos que os bordados criam - acrescenta a delicadeza do material, que combina leveza com rigidez (tendo mau *drapé*/caimento/ajuste ao corpo), que neste caso lhe dá valor, e uma certa rusticidade, por se apresentar a desfiar, cru. Na peça de *Spring Summer’17*, o

bordado desenha as figuras pretendidas para simbolizar o conceito, tendo a linha um papel preponderante. No coordenado da coleção *Autumn/Winter'13 Ready-to-wear*, a linha é a expressão do **movimento**, em linhas “riscadas”, como se fossem o fruto de um desenho aleatório, com a força e tensão que uma mão expressa; as linhas parecem abraçar o tronco e moldar uma camada de fino tule preto a uma camisa branca contrastante e ao corpo da mulher, enfatizando até o facto de as costas integrarem o cabelo nesse “casulo”. Apesar de “prender” a superfície, estes traços carregados, pesados, cheios de expressão, também evocam liberdade. Os bordados são o meio para transmitir esta sensação, porque para além de permitirem seguir o trajeto expressivo da mão, acrescentam valor sensorial visual e tátil.

Figura 34: SS13 *Couture*.
(Vogue, 2018)



Figura 35: SS17 *Artisanal*.
("Twitter," 2017)



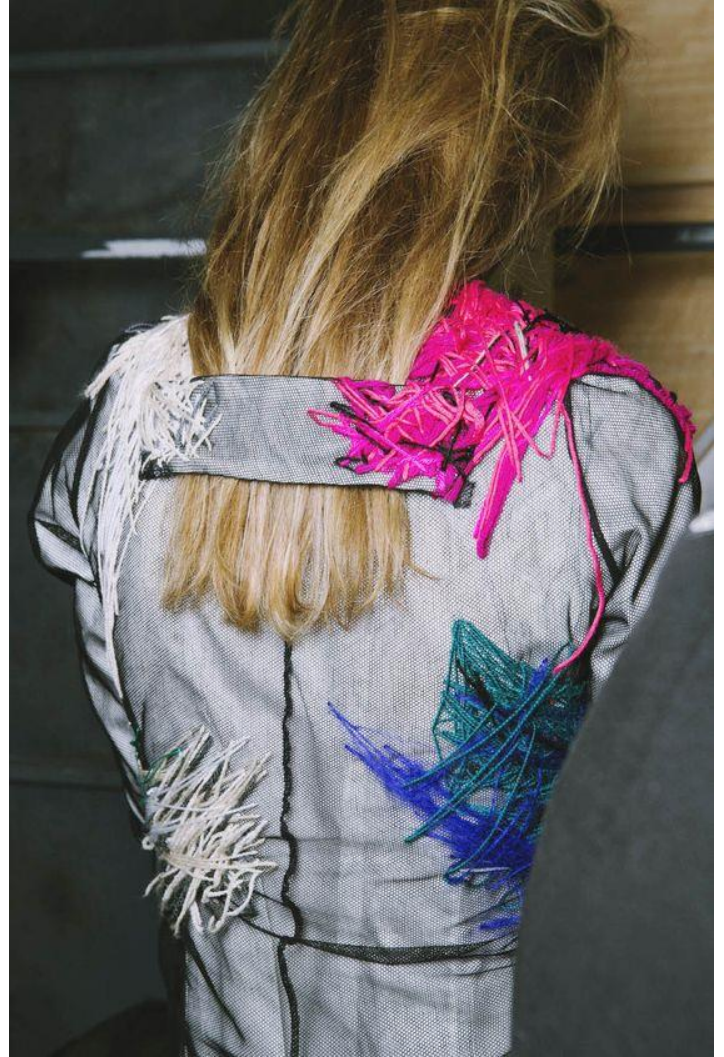


Figura 36: AW13 RTW.
("Tumblr: Jen Cheema," 2018)

O **plano** multiplica-se em vários na era atual da marca. A superfície é constituída por várias faces, ora contíguas, contínuas ou opostas em todos os sentidos da palavra. Nos primeiros tempos da Maison Martin Margiela, algumas coleções fulcrais tinham precisamente como foco a bidimensionalidade, como a coleção *Spring 1998 Ready-to-wear* (primavera 1998, pronto-a-vestir, FIGURA 37), que representa as peças totalmente *flat* (espalmadas), penduradas em cabides e apresentadas por homens com batas brancas. Aí o plano é o ponto de interesse e a geometria e o entendimento do corpo (envolvendo também assim a superfície como volume) é o que mais interessa.

O **volume** é maioritariamente proporcionado pelo trabalho dos materiais, pela sua modelação, pela superfície no conjunto ou, no caso do trabalho da superfície em si, pela manipulação dos tecidos e materiais alternativos. Bordados, efeitos 3D, drapeados, entre outras técnicas, podem conferir, para além de textura, dinâmica, movimento, entre outros, também volume, tridimensionalidade. Espaços ociosos ou preenchimentos, depressões e saliências, planos côncavos ou convexos, podem sugerir volume e profundidade. No caso da utilização de matérias-primas e materiais fora do comum, como na vertente de *upcycling* e reciclagem de Martin Margiela, diversos objetos são usados para construir peças de vestuário. O caso da FIGURA 38, da coleção *Autumn/Winter 2004/05 Artisanal*, que se trata de uma capa constituída por chapéus de lã, representa o volume de forma natural, através da matéria-prima em si e da sua modelação.

A **profundidade** é muito sugerida pela marca, numa técnica também chave para a Maison Martin Margiela: a *Trompe-l'oeil*, como o conceito conhecido da arquitetura pelo efeito de ilusão ótica de tridimensionalidade pintado nas paredes e nos tetos de muitas igrejas renascentistas e sobretudo barrocas. Para Maison Margiela:

Um jogo, material ou forma que engana o olho. Para as roupas: um tecido fluído estampado com uma malha solta, um *body* cor-de-pele a simular nudez, etc. Para acessórios: um monte de dólares americanos presos por um elástico torna-se uma carteira, etc. Para arquitetura: fotografias a preto e branco a cobrir as paredes, chão e tetos das lojas Maison Martin Margiela, etc.²³ (*Maison Martin Margiela*, 2009, s.p.)

Algumas peças como as da FIGURA 39 da primavera de 1996 pronto-a-vestir ilustram esta definição, mostrando peças que aparentam ser de determinados materiais, ter determinados drapeados e fluidez ou até adornos como lantejoulas, quando na verdade grande parte são estampados ilusórios sobre simples *t-shirts*, ou efeitos de profundidade provocados pelos jogos de luminosidade das cores.

²³ T.L. de: "A game, a material or form that tricks the eye. For clothes: a fluid fabric patterned like a loose knit, a flesh-colored bodysuit simulating nudity, etc. For accessories: a blundle of American dollars held together by a rubber band becomes a wallet, etc. For architecture: life-size black and white photos that cover the walls, floors or ceilings of Maison Martin Margiela stores, etc." (*Maison Martin Margiela*, 2009, s.p.).



Figura 37: Maison Martin Margiela SS1998 RTW.
(Vogue, 2018)



Figura 38: AW2004/05. Capa feita de chapéus de lã.
("SONG SONG - Maison Martin Margiela - Artisanal
Collection," n.d.)



Figura 39: SS1996 RTW. *Trompe l'oeil*.
(Vogue, 2018)

A cor é um elemento muito importante na superfície em Margiela, sobretudo na sua primeira fase - desempenha a função de “intensidade, temperatura, choque, harmonia”, sendo usada “quando pedida” (*Maison Martin Margiela*, 2009, s.p.). O branco é uma cor com protagonismo na marca, “o oposto binário do negro, ou uma tela em branco. Para além de apenas branco, é um espectro de sombras. A cor predominante nos ateliers e todas as lojas (...)”²⁴ (*idem*, *ibidem*). O preto, como já citado anteriormente, é “uma ausência ou presença, um estado de espírito, uma capa”; e o vermelho “um rubor, uma febre, um domínio” (*idem*, *ibidem*).

Na fase de Martin é visível a menor utilização de cor e contrastes de cor, porque de facto não deveria ser tantas vezes “pedida”, no raciocínio estético e conceptual da marca. Já ao longo do tempo, tem sido usada como uma constante (FIGURA 40).

A **textura**, como um dos elementos mais importantes da caracterização da superfície e das suas qualidades, toca também a medida do conforto e do prazer ao toque, sendo, por isso, uma qualidade tátil e visual. Para a marca, a textura é um “resultado do tempo” (*Maison Martin Margiela*, 2009, s.p.). Essa afirmação deve-se possivelmente às técnicas de reciclagem e reaproveitamento de matérias-primas, de acordo com o conceito e filosofia da marca na altura. De realçar que, apesar de ter sofrido uma mudança com a chegada de John Galliano, alguns fundamentos essenciais para a marca, como este da reciclagem, se mantiveram.

Pode-se dizer que quase todos os coordenados da marca primam pela textura, entre outros elementos. A FIGURA 41 exemplifica textura claramente dada pela aplicação das missangas e lantejoulas. É possível sentir visualmente a textura e a superfície sugere também a sensação tátil, quase que projetando

²⁴ T.L. de “*The binary opposite of black, or a blank canvas. Beyond just “white”, a whole spectrum of shades. The main color used in the Margiela offices and in all its stores, (...)*” (*Maison Martin Margiela*, 2009).

mentalmente a imagem dos dedos a percorrer a superfície, sentindo os relevos e espaços vazios. Para além disso, as aplicações, combinando o seu relevo com as gradações de intensidade e de valor de tom, também sugerem a profundidade que foi falada anteriormente.

A FIGURA 42 demonstra mais um método de produção de textura, com efeitos repuxados do casaco dados no tear. O tecido, um trabalho de tapeçaria, apresenta um aspeto robusto, pela espessura (densidade, massa linear) e aspereza dos fios que o constituem, e também pelos tais repuxados que o desgastam; para além disso, a estrutura do tecido forma uma imagem em *jacquard* nas costas do casaco, uma paisagem fotográfica, adicionando mais um fator de interesse plástico. Sobre o mesmo, acrescenta-se outro tipo de textura, dada por um corpete rígido e pela sua estrutura de camadas modeladas em formatos de motivos marítimos; dada também pelo veludo, “macio” não só ao toque, mas também ao olhar.

Esta coleção de *Autumn/Winter 2015 Couture* demonstra uma enorme variedade de materiais, texturas, inovações e excentricidade por parte de Galliano, que eleva até um saco de batatas à Alta-Costura. De referir que o ano de 2015 é o ano de estreia de Galliano na Maison Margiela, com SS15.

A direção é dada em grande parte pelos ângulos e posição dos planos e camadas das peças; e também pelas pinturas nos tecidos, ou pela fluidez e rigidez dos materiais, tal como os seus drapeados. Muitas peças, sobretudo na fase Martin, são vistas com “pinceladas” que direcionam o olhar de forma suave ou abrupta, dependendo da intensidade do seu traço, ou da cor. Estas direções marcam uma posição com caráter, quer para preencher um espaço e captar o olhar, quer para passar uma mensagem, como a primavera de 1992 pretende com a pintura de riscas na pele, uma real metáfora do conceito de superfície como “pele” (FIGURA 43, FIGURA 44, FIGURA 45, FIGURA 46).

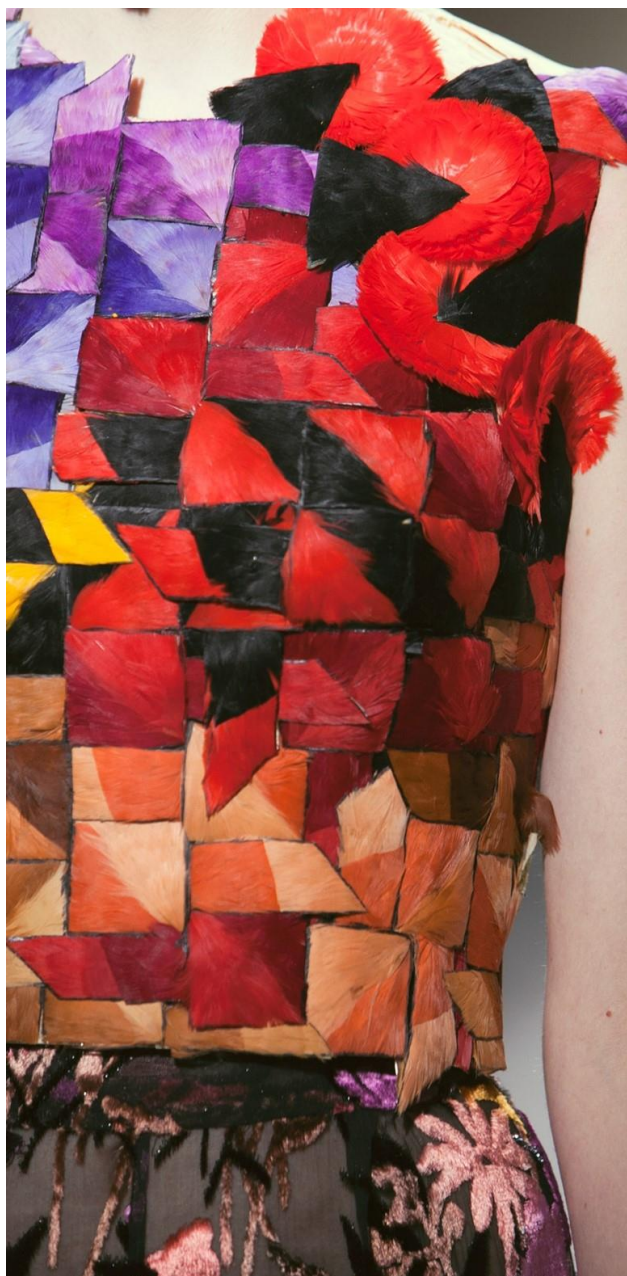


Figura 40: SS13 *Artisanal*.
 ("Search 'maison margiela' | Dazed," n.d.)



Figura 41: FW14 *Artisanal*.
 (Vogue, 2018)

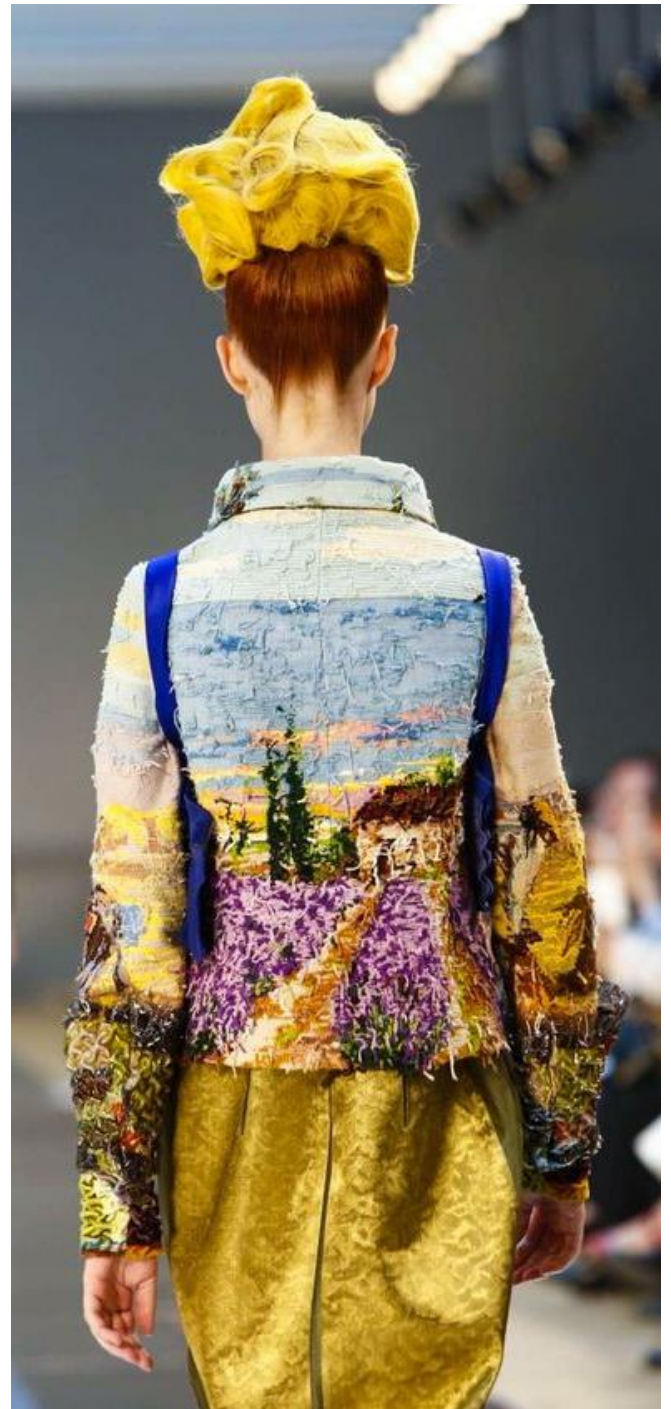
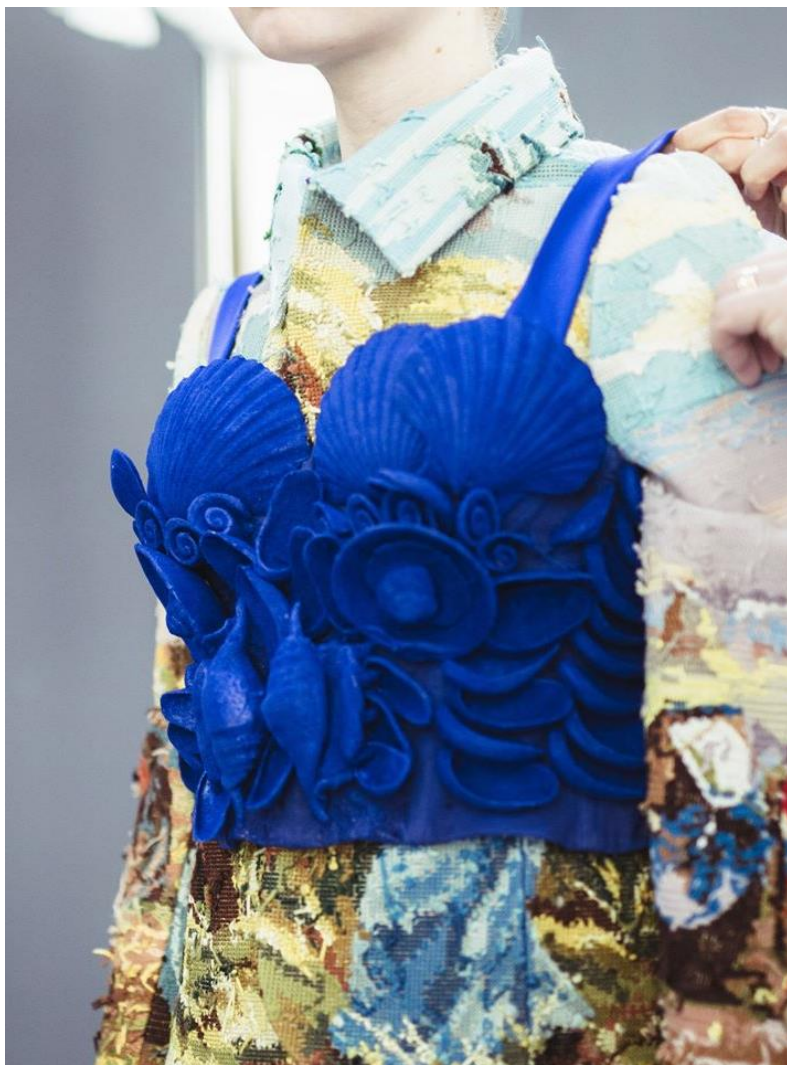


Figura 42: AW15 *Artisanal*. Bustierflocado “*South sea Pacific flocked seashell*”, azul “*Yves Kleiri*”. (“Maison Margiela Facebook,” 2015, “NOWFASHION,” 2018)



Figura 43: SS13 *Artisanal*.
(Vogue, 2018)



Figura 44: AW13 RTW.
("Pinterest," 2018)



Figura 45: SS 1992. Fotografia: Marina Faust.
("MMM tumblr," 2018)

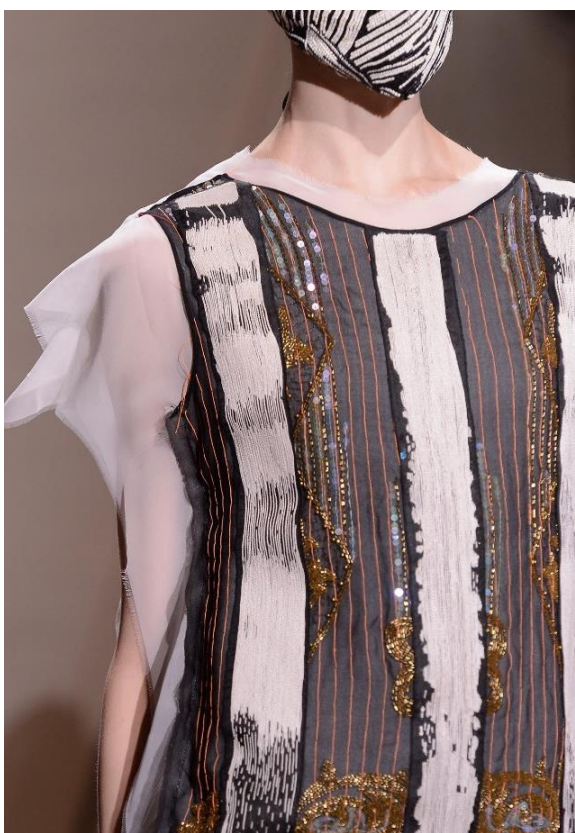


Figura 46: SS13 *Artisanal*.
(Vogue, 2018)

A escala e dimensão desafiam as superfícies da marca desde os seus primórdios. Abusar dos extremos faz parte da linguagem da marca, apesar de as primeiras coleções serem mais minimalistas e depuradas. A variedade de escalas brinca com o equilíbrio e proporção das superfícies constituintes de uma peça ou coordenado, concedendo maior interesse estético, interpretativo às mesmas.

O ritmo faz parte da textura, da linha, dos ângulos, das direções, das cores, está no fundo presente em todos os elementos que formam a superfície. Está presente num tecido pregueado, drapeado, em folhos com continuidade, em bordados, em costuras, em efeitos de cor, em textura, num estampado, na propriedade intrínseca de uma matéria-prima, etc.

A perspectiva da *Gestalt*, como anteriormente referido no capítulo da sintaxe, ajuda na interpretação da composição visual e dos seus elementos, particularmente da forma, ou de um desenho/padrão. Assim, muitas são as propriedades da *Gestalt* que se pode averiguar nas superfícies da Maison Margiela.

Exemplificando, o casaco representado na FIGURA 47 C, da coleção SS14 *Couture*, ilustra o princípio do fechamento, obrigando os nossos olhos a completar os espaços da imagem/padrão interrompidos pelas riscas pretas, formando uma só. A segregação e a unificação estão presentes naquelas superfícies onde as partes são observadas como um todo, e vice-versa, interligando os pequenos elementos, como por exemplo na primeira e na segunda imagens da mesma figura.

Os padrões Margiela primam pela variedade, o fator “*variatio delectat*” anteriormente mencionado no ponto da sintaxe, que na perspectiva de Gombrich (1984) tenta o olhar e impede que o observador caia na monotonia. Se, por um lado, a perspectiva *gestáltica* auxilia na interpretação da linguagem visual como orientadora, também pode ajudar no inverso - contrariamente à visão ordenada da *Gestalt*, a desordem é uma tentação aos olhos. Como tal, esta visão de Arnheim (1974) reflete-se nas superfícies da marca.

O “caos” e a variedade prendem os olhos do observador, que se sente atraído à primeira vista pela superfície “tatuada”, preenchida por botões e lantejoulas,

objetos diferentes que se vão encontrando de cada vez que se olha, como se de uma sopa de letras se tratasse (FIGURA 47 A); pela superfície pintada livremente com um gesto manual, abstrato e intuitivo; pela superfície estampada com imagens fotográficas num efeito de ilusão de ótica, ou com figuras reconhecidas de outras artes, como uma ode/homenagem às mesmas (FIGURA 47 F); pela superfície cuja estrutura de teia e trama formam um desenho irregular, um *jacquard* intrincado que se torna uma obra no todo (FIGURA 47 E); pela superfície construída com história, por literalmente ser feita pela união de peças que já tiveram outra função, ou têxteis que outrora foram pedaços de outros (FIGURA 47 B).

Aleatoriedade ou não? A mais profusa superfície contemplada ou tocada, aquele coordenado que parece ser tão vasto, tão complexo, quase nunca parece transmitir a sensação de contentamento, por, pelo contrário, presentear o olho e a mão com tanta informação. A satisfação parece residir na imprevisibilidade dos efeitos que os elementos visuais provocam, e pela riqueza de propriedades sintáticas que, num só coordenado, intrigam o observador.



Figura 47 A, B, C, D, E, F: SS14 Couture.
(Vogue, 2018)

7.2 Subjetividade interpretativa

Analisando a dimensão subjetiva da Margiela, as propriedades ditas estéticas vão ser condicionadas pela sintaxe da superfície na marca, pela observação das propriedades da linguagem visual. No fundo, esta observação e análise vai dar azo à interpretação das superfícies e do que transmitem, que passa também pelo seu processo de significação dos signos – a linguagem descrita pela Semiótica.

O signo é físico, perceptível pelos sentidos (pode não ser palpável, p. ex. som, cheiro) e refere-se a algo ou remete para algo: o seu significado, e depende do reconhecimento por parte de quem o usa. Muitas vezes a sua interpretação é através da análise de ações/tiques/gestos, p. ex. O processo de significação é a atribuição e construção de significados para determinados signos; e interpretação de signos. Há diferentes maneiras através das quais estes veiculam significado; e diferentes maneiras pelas quais se relacionam com as pessoas que os utilizam, porque são as mesmas que constroem e interpretam signos, que lhes atribuem os significados (Ribeiro, 2015). Este processo é apresentado com ligeiras diferenças por Charles Peirce (1839-1914) e Saussure (1857-1913).

A percepção pressupõe que as sensações estejam associadas aos significados atribuídos; a Estética tem a ver com sensação, percepção e interpretação dos sinais e estímulos que nos rodeia, pela lente e mente de diferentes pessoas – tendo evoluído por sua vez para os contornos da beleza (Baptista, 2010). Deste modo, os sentidos apreendem não só aquilo que é intrínseco ao objeto, à superfície, mas também aquilo que os olhos querem ver, ou estão aptos, predispostos ou habituados a ver; aquilo que, saindo da zona de conforto e da experiência, a que chamamos gosto do observador, o faz avaliar algo como precipitado, exagerado, feio, ou bonito, solene, persuasivo, melancólico, etc.

Harmonia, correntemente associada à simetria, simplicidade, equilíbrio, balanço, é uma propriedade muito referida, talvez até das mais frequentes, no momento de fazer um juízo de gosto, um comentário apreciativo, uma avaliação pessoal.

Na marca, a harmonia parece ser interpretada e encontrada no desequilíbrio, no ritmo anteriormente falado. As superfícies, para além das silhuetas, são o ponto-chave para materializar essa harmonia:

O carácter dos coordenados é maioritariamente fragmentado, ou seja, os planos e as camadas sugerem quase sempre pluralidade. Essa fragmentação é contrabalançada com os detalhes que “enchem o olho”, quer sejam elementos de preenchimento (como texturas, grafismos, ornamentações, volumes), figuras e motivos ou elementos de ritmo (como configuração, posição, cor). Deste modo, o que parece caos ou inquietação, que inclui muitas vezes assimetria e distribuição não uniforme dos pesos, torna-se harmonia e até equilíbrio. Por exemplo, quando um tecido mais pesado se sobrepõe em área a um mais leve, formando desequilíbrio, pode ser contrabalançado pela profusão de textura ou cor mais pesada (saturada, escura...) no leve.

As coleções são criadas e construídas em torno de um conceito, de uma ideia e, por sua vez, as escolhas de materiais, padrões e técnicas são baseadas no significado que lhes é intrínseco e que pretendem transmitir.

A crítica social à dependência dos media e redes sociais pela era digital, é um tema abordado pela marca, que a explora de forma correspondente: através da ligação entre o artesanal e o tecnológico, fazendo uso dos avanços técnicos que estão a ser cada vez mais inseridos na Alta-Costura para criticar precisamente o mesmo, o rumo da sociedade de hoje.

A coleção outono/inverno 2018 *Artisanal* reúne diversos elementos que, conjugados, contribuem para a crítica. O elemento de *styling* mais descritivo será o pormenor dos *iPhones* presos nos tornozelos e pulsos das modelos que desfilavam. Para Galliano, a coleção foi criada para a “nova tribo de nativos neo-digitais”, com o propósito de trazer “um novo glamour”. As peças são vestidas do avesso, sugerindo a pressa com que nos vestimos, num ritmo de azáfama (Hitti, 2018b, s.p.).

Volumes, camadas e vários cortes nos tecidos criam as superfícies. Uma técnica denominada *Décortiqué* (“descascar”), característica da marca, consiste na redução da peça à sua estrutura principal, fazendo cortes, e Galliano leva-a a

outro nível, ao cortar a imagem de uma peça noutra (FIGURA 51). O propósito final das peças acaba por ser omitido ou revertido, tal como as peças em si, como casacos que se tornam vestidos e capas e saias cortadas para ser casacos. Este processo metamórfico é chamado por Galliano de “*nomadic cutting*” (“corte nómada”), evocando a memória de uma peça noutra através de uma série de cortes rápidos – desta forma, as peças entrelaçam-se e sofrem mutações em camadas. A troca de peças convencionalmente usadas como *top* (parte de cima) ou *bottom* (parte de baixo) denomina-se de “*reverse dressing*”, um termo da casa. Os cortes e “fissuras” modificam uma peça, conferindo-lhe motivos ou aspetos referentes a algo específico, como um “casaco de *safari*” sugerido por papelão pregueado.

Galliano revela as estruturas, forros e interiores acolchoados das roupas, que convencionalmente seriam escondidos, com a intenção de mostrar o funcionamento interno da criação de moda - “Eu trato a linha Artisanal como a essência crua, em bruto, não diluída, o perfume da casa Maison Margiela”²⁵ (Galliano, apud Hitti, 2018, s.p.).

Algumas superfícies como as usadas nos vestidos foram inspiradas numa antiga técnica chinesa chamada *Ge Ba*. Este método consiste em reciclar pedaços de tecidos descartados, unindo-os com cola de arroz. Muitos forros das peças são constituídos por materiais modestos como feltro ou esponja de enchimento, ao invés de materiais de melhor qualidade – escolhas propositadamente feitas para realçar a imagem de “*glamour* nómada”, juntamente com sacos do lixo, meias, estofos de mobiliário e velcro.

Estes materiais e tecnologias mais humildes contrastam com materiais futuristas, como fotografias de impressões raios-x de outras peças da artista britânica Katerina Jebb, que dão o acento *high-tech* à coleção. As cores sóbrias, juntamente com pretos brilhantes dão um twist aos tons que reconhecemos como pastel, tornando-se em cores “*techno-sorbet*” (“techno-sorvete”).

²⁵ T. L. de: “*I treat the Artisanal collection like the raw, raw, undiluted essence, the parfum, of the Maison Margiela house*” (Galliano, apud Hitti, 2018, s.p.).

Estes elementos representam para a marca a ideia de que somos todos “nômadas” e movemo-nos em “tribos”, vinculados aos *iPhones* e *iPads*, num mundo problemático, com “camadas” desenhadas para ser protetoras, mas simultaneamente convidativas.

Partindo da necessidade primordial contemporânea de constante conexão móvel, eles têm uma realidade virtual de dispositivos eletrônicos e media sociais, seduzidos por imagens de glamour. (...) Esta ilusão online provoca um desejo conectado de autenticidade: o artesanal, orgânico e tátil. Um novo sentido de consciência ²⁶ (Maison Margiela, apud Hitti, 2018, s.p.).

Aqui, a manipulação das superfícies é então o meio para conceber veículos de transmissão de mensagens, sendo que cada técnica e material contribui para expressar a intenção esteticamente. As manipulações de uma superfície, para além de a transformar parcial ou completamente, quer em aparência, toque, funcionalidade ou conforto, podem torná-la algo mais aprazível para outros, que antes não o achavam, por gosto ou experiência – podem alterar a percepção da superfície por parte de outros e as suas experiências e atitudes estéticas.

A utilização dos materiais sintéticos e menos convencionais para vestuário, são aqui escolhidos numa perspetiva mais conceptual, apesar de os plásticos serem cada vez mais adicionados às tendências. O excesso pode, assim, ser controverso em termos estéticos, de indagação do belo e aprazível.

Já a coleção primavera/verão 2018 havia sido criada com a mesma intenção de sensibilização social: a referência à dependência atual do mundo digital e das redes sociais. Os materiais e as conjugações são um resultado intencional do fator

²⁶ T.L. de: *"Borne out of the contemporary primordial need for constant portable connection, they roam the virtual reality of electronic devices and social media, seduced by curated images of glamour. (...) This online illusion provokes a plugged-in desire for authenticity: the artisanal, organic and tactile. A new sense of awareness"* (Maison Margiela, apud Hitti, 2018, s.p.).

Instagram-friendly da sociedade de hoje. O processo de desenvolvimento consistiu em registrar cada momento da criação e depois olhar para as fotografias e alterar o que faziam de acordo com as mesmas. A reação do poliuretano ao flash da câmara e as ilusões de ótica que acontecem quando o material holográfico é colocado sobre padrões de “*polka dots*” (“bolas”) ou *jacquards* de *chinoiserie* (imitação de motivos chineses) são baseados nessa ideia. O material refletor que mais surpreende é chamado “ChinaStar”²⁷ (FIGURA 52 e FIGURA 54).

Galliano chama a isso de “*retro-fitting*”, alegando que a parte realmente interessante de todo o exercício é que a percepção desse quadro de consciência fraturada e instável dependia, na verdade, de habilidades antigas e herdadas. Em pessoas que podem costurar, cortar e bordar; que fisicamente fazem o aparentemente impossível aparecer diante dos nossos olhos (Mower, 2018).

Um “vestido-anorak” técnico de exterior azul (FIGURA 53) que combina a bainha desfiada com as pregas em leque de uma saia de noite de *lamé*²⁸ personifica a pressa da nossa cultura, “percebida no conceito de que uma roupa hibridizada pode ser encolhida tão rapidamente quanto uma *sweatshirt*. O ‘vestido-anorak’ é lido como a consumação perfeita do intelecto e das habilidades de dois transgressores de regras muito diferentes: Martin Margiela e John Galliano” (idem, ibidem, s.p.).

²⁷ Existe em tecido reflexivo retardador de chama, filme de transferência de calor reflexivo, todos os tipos de tecido reflexivo (incluindo baixa, média, alta, tecido de poliéster brilhante e tecido TC), tecido reflexivo colorido, tecido reflexivo de PVC, couro reflexivo, tecido elástico reflexivo, linha de costura reflexiva, etc (“ChinaStars,” 2018).

²⁸ *Lamé* é um tecido ou malha com um *coating* (acabamento/revestimento) de fibras metálicas, ou com fios metálicos (Fabric.com, 2018b).



Figura 48: AW18 *Artisanal*. Casaco (roxo) de tecido feito de cetim *dévoré*, sobreposições de materiais.
("Maison Margiela," 2018)



Figura 49: AW18 *Artisanal*. "Cabari" (tipo de casaco) *oversize* em tecido feito de lã sustentável feltrada com organza.
("Maison Margiela," 2018)



Figura 50: AW18 *Artisanal*. Meia de *tulle nude* em tubo, sobre vestido plissado de organza em forma de casaco masculino, um vestido de poliuretano e um vestido *Ge Ba*. ("Maison Margiela," 2018)



Figura 51: AW18 *Artisanal*. Casaco de espuma turquesa oversize, usado com uma gabardina *décortiqué* com um acabamento de pelo de iaque e um tubo de malha de *nylon* rosa. ("Maison Margiela," 2018)



Figura 52: SS18 *Artisanal*. Casaco de *ski* “*ChinaStar*” com vestido de *jersey* de seda com *laser cut* e detalhes de renda. Sem e com *flash*. (“Maison Margiela,” 2018)



Figura 53: SS18 *Artisanal*. Casaco de *ski* com cortes de pregas ligado a saia de *lamé* plissada cor de bronze. ("Maison Margiela," 2018)



Figura 54: SS18 *Artisanal*. Vestido em filme sintético refletor sobre vestido *jacquard* de *chinoiserie*. ("Maison Margiela," 2018)

As superfícies podem quebrar estereótipos e conjugar-se com o que quer que o criador e o utilizador (o que constrói e o que interpreta os signos) pretenderem. A primeira coleção *Artisanal* masculina, para a primavera de 2019, é mais um exemplo de ecletismo de texturas, sobreposições, qualidades e, sobretudo, gerações, épocas, culturas. Como habitual, a reciclagem e reutilização de peças transcendentais como *kimonos* originais do séc. XVIII é saliente, tal como o contraste e combinação de tradições de Alta-Costura com abordagens menos convencionais (ou não tão tradicionais). Materiais como *bouclé*, organza, *chiffon*, seda, *jacquard*, malha fina e plumas, tal como aplicações de cristais, amplificam o artesanal; técnicas de alfaiataria e alta-costura, como a manualidade num espartilho, num bordado, na perfeição de um padrão clássico de fato que se encontra nos cortes dos moldes, elevam esses materiais. Paralelamente, vinil, borracha, couro e plástico, colocados em sintonia com os anteriores, criam um choque de eras, códigos, tecnologias. Salienta-se a capa de couro da FIGURA 56, cujos cortes em triângulo, apesar de serem feitos já numa capa que quebra o típico traje, foram feitos à mão, quando poderiam ter usufruído da técnica de corte a *laser* (“Maison Margiela,” 2018, “maisonmargiela,” 2018).



Figura 55: SS19 *Artisanal Men*. *Kimono* japonês antigo em *jacquard*. ("maisonmargiela," 2018)



Figura 56: SS19 *Artisanal Men*. Casaco de judo feito a partir de um vestido totalmente preenchido com missangas reciclado, com calças de vinil turquesa e cinto de vinil rosa. ("Maison Margiela," 2018)



Figura 57: SS19 *Artisanal Men*. Capa de couro preto com cortes manuais em técnica "bird-peck", sobre jardineiras de veludo e espartilho com lantejoulas e *lamé* dourados, com botas de pesca industriais. ("Maison Margiela," 2018)

A coleção masculina primavera/verão 2016 é ilustrada no corpete da FIGURA 58 “como uma segunda pele, borracha industrial é moldada e retirada das paredes da Maison. Lascas de tinta branca e impressões fragmentadas permanecem a criar memórias fugazes”²⁹ (“Maison Margiela Instagram,” 2015).

A plasticidade da superfície equipara-se à arte e arquitetura, até também escultura, uma vez que a matéria prima usada, não usual em vestuário, mas aqui conceptualizada numa coleção *Artisanal*, envolve e molda o tronco, como se os olhos percecionassem duas mãos a contornar o corpo; e pinceladas de branco numa parede desgastada, ainda com vestígios de um papel de parede fotográfico. Tudo aparenta um aspeto temporário, inacabado, cru e, mais uma vez, esse fator deleita os olhos do intérprete.

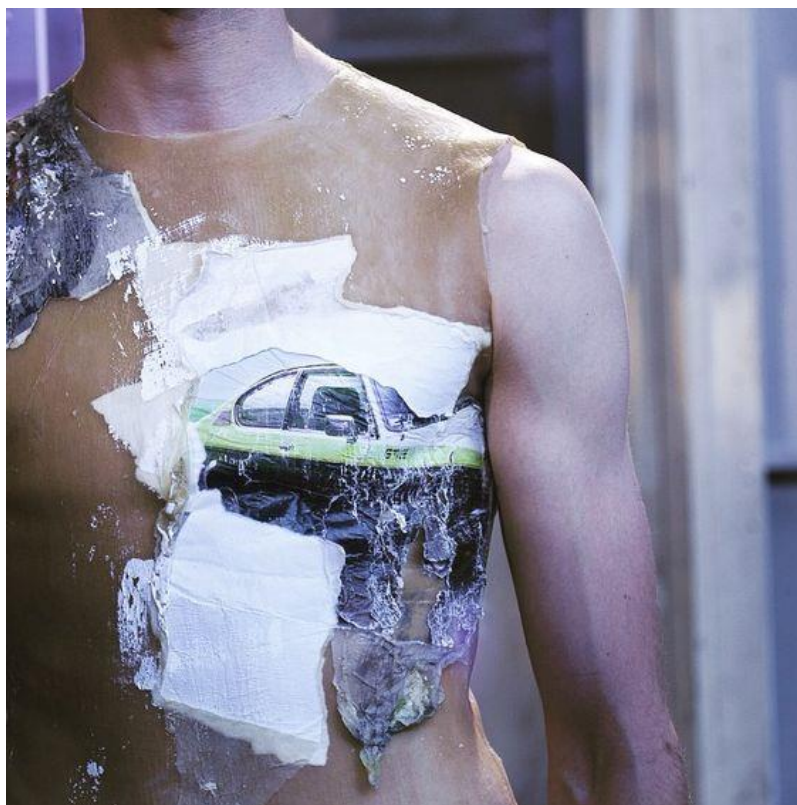


Figura 58: SS16
Menswear.
("Maison Margiela
Instagram," 2015)

²⁹ T.L. de: "Like a second skin, industrial rubber is moulded and peeled off the Maison's walls. Chippings of white paint and fragmented imprints remain creating fleeting memories" ("Maison Margiela Instagram," 2015).

Em mais ocasiões a expressão artística das superfícies em Margiela se intersesta com obras de arte e correntes artísticas. O coordenado “D” da FIGURA 47, de SS14 *Couture*, é composto por um tecido *vintage* desenhado pelo arquiteto Frank Lloyd Wright, cujo nome está estampado sobre um padrão geométrico, sendo que o organicismo da sua arquitetura pode ser uma aproximação à intenção da marca na coleção. A mesma coleção apresenta um sobretudo de tapeçaria a ilustrar o pintor Gauguin (visível também na FIGURA 67) e bordados baseados em desenhos do tatuador Sailor Jerry (FIGURA 47 A).

Vários artistas e correntes, assim como o seu método de trabalho, são notoriamente referências em trabalhos da marca, fazendo uma ponte entre ambas as áreas. O **Impressionismo** e o **Neo-Impressionismo** (FIGURA 65) de finais do séc. XIX, com o seu destaque para a cor, as suas características abordagens ao desenho guiadas pela sensação e pela percepção do visível por parte do artista, para além do contributo do Pontilhismo³⁰, parecem ter influência na marca. Exemplificando, observa-se a referência ao **Pós-Impressionismo** de Van Gogh (FIGURA 68), no vestido da FIGURA 66, para além de o próprio revestimento em missangas se poder associar ao Pontilhismo. O **Simbolismo Pós-Impressionista** (FIGURA 69) de Paul Gauguin tem caráter alegórico, idílico, místico e exótico, com formas bidimensionais, estilizadas e estáticas (Pinto et al., 2010). No fundo, a marca faz uma viagem revivalista a vários períodos históricos no que diz respeito a correntes artísticas. Há o *trompe l’oeil* arquitetónico do **Barroco** do séc. XVII. O **Rococó** do séc. XVIII (FIGURA 59) também pode ser interpretado em diversas peças Margiela, pela sua exuberância, decorativismo e simultânea suavidade, na combinação de cores e materiais e, literalmente, nos *jacquards* adamascados e

³⁰ O Impressionismo caracterizou-se pela pintura feita no momento, apenas através da cor pura, aplicada e pinceladas curtas e rápidas. Estas eram justapostas segundo a lei das cores complementares, de forma a obter a fusão dos tons (síntese ótica). No entanto, o seu imediatismo tornava os autores intuitivos e “negligentes” na aplicação da cor, o que fez surgir o Neo-Impressionismo. Aqui, Georges Seurat (1859-1891) descobriu um método de execução: o Pontilhismo. Este consistia em reduzir as pinceladas para pequenas manchas, e posteriormente minúsculos pontos, de cor pura não misturada (divisionismo), colocadas lado a lado de acordo com a lei das complementares. Estes pontos deveriam misturar-se na percepção do observador, à distância. Assim, as obras criavam uma construção de cores, linhas e formas, à procura das leis da harmonia – o ritmo, a simetria e o contraste (Pinto et al., 2010).

nos dourados, por exemplo. Há também um pouco de uma cultura *do “Homem psicanalisado”* de Freud (1856-1939) e da viragem na forma de pensar e viver a vida do início do séc. XX, explorando o inconsciente e a psique – por exemplo com o **Expressionismo**, o Dadaísmo e o Surrealismo. O **Dadaísmo**, caracterizando-se pelas temáticas provocatórias, pela inquietação e pela invocação do “absurdo”, pretendeu afirmar que o valor estético é um ato mental (Pinto et al., 2010) – e pode rever-se na primeira fase de Martin Margiela, em que as peças eram como que descontextualizadas. Contudo, num primeiro instante, o **Surrealismo** (FIGURA 70) será o que mais visivelmente inspira a marca, sobretudo na fase atual. A **Arte Informal** dos anos 40/50 também pode ser associada à primeira fase Martin Margiela, embora também seja possível com a fase atual, dado que se mantiveram fundamentos nas mesmas. No Informalismo, a técnica e o material são parte essencial da conceção, onde o artista manifesta a sua individualidade – ligado à questão do existencialismo. Inclui a **Arte Bruta** (FIGURA 73), com as misturas de materiais imprevisíveis; a **Action Painting** - de referir as influências das pinturas “salpicadas” e escorridas (técnica de *dripping*) de Pollock (1912-1956), em algumas peças Margiela com rastos de tinta abstratos; a **Pintura Matérica** (FIGURA 74, FIGURA 75, FIGURA 80) de Alberto Burri (1915-1995) e Antoní Tàpies (1923-2012) – com destaque na matéria, em pinturas texturadas, abstratas e de materiais não pictóricos – onde se pode rever os primórdios de Margiela, pelas manipulações, acabamentos incompletos e rasgos, e também pela paleta de tons de terra, branco e cinzas; e a **Pintura Espacialista** de Burri, Lucio Fontana (1889-1968) e Yves Klein (1928-1962) (FIGURA 76) – característica por incorporar na tela a terceira dimensão, real ou ilusória, o que também se pode verificar em Margiela, pela variedade de ilusões e profundidades dadas pelos materiais (idem, ibidem).



Figura 59: Fragonard, "The meeting (from the Loves of the Shepherds)", 1771-1773.
("Artsy," 2018)



Figura 60: SS18 RTW.
("Vogue Runway," 2018)



Figura 61: SS19 RTW.
("Vogue Runway," 2018)



Figura 62: FW14 *Couture*.
("Vogue Runway," 2018)



Figura 63: SS19 RTW.
("Vogue Runway," 2018)



Figura 64: FW14 *Couture*.
("Vogue Runway," 2018)

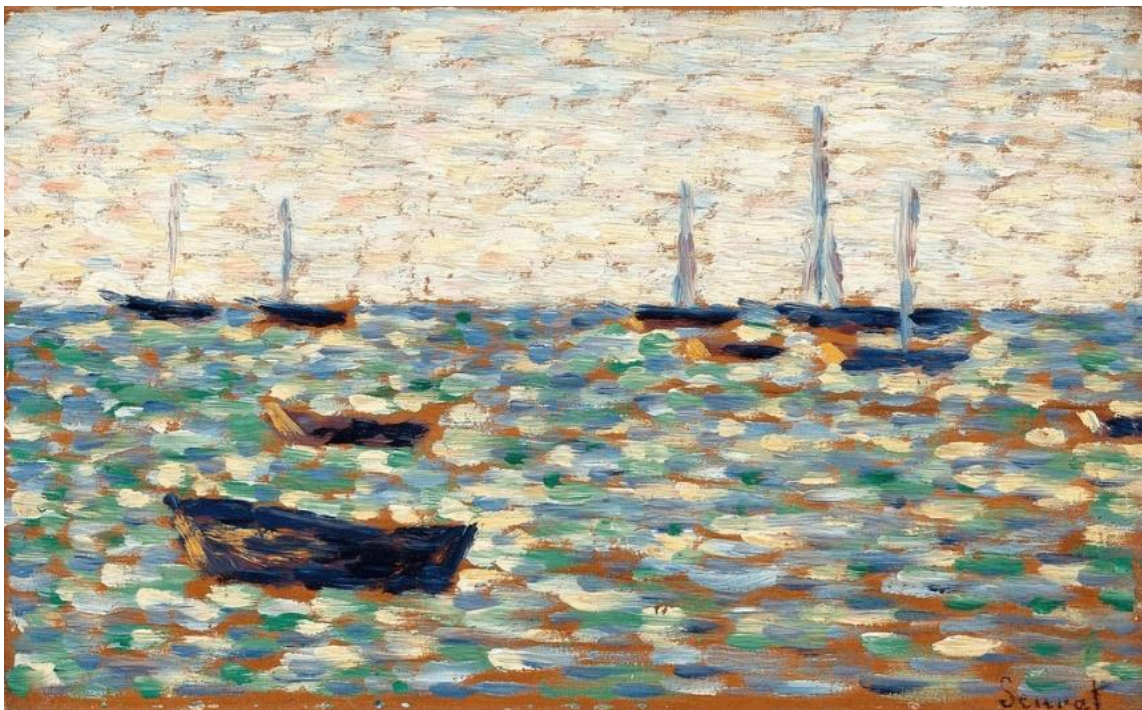


Figura 65: Georges Seurat, "*La Mer à Grandcamp*", 1885.
("Artsy," 2018)



Figura 68: Vincent van Gogh, "*Irises*", 1889.
("J. Paul Getty Museum | The Getty," 2018)



Figura 66: FW14 *Couture*.
("Vogue Runway," 2018)

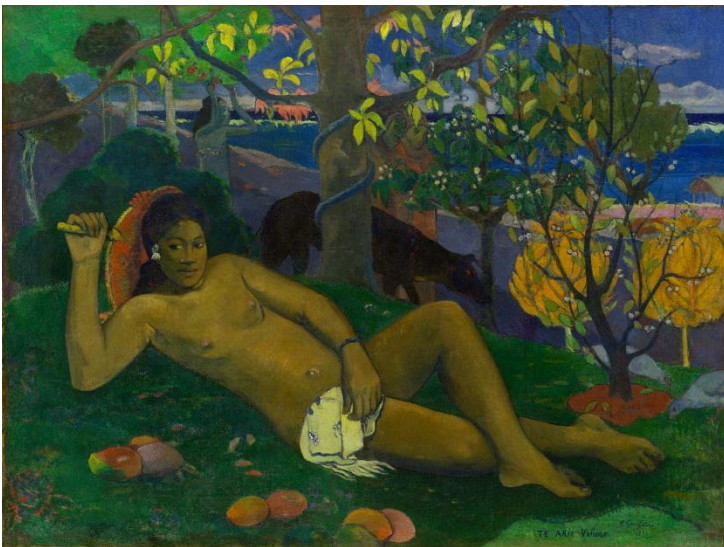


Figura 69: Paul Gauguin, "*Te Arii Vahine*", 1896.
("NeWestMuseum," 2018)



Figura 67: SS14 *Couture*.
("Vogue Runway," 2018)



Figura 70: Salvador Dalí, "*Nature morte vivante*", ca. 1980.
("Artsy," 2018)



Figura 73: Jean Dubuffet, "*La gorgerette froncée*", 1959. ("Artsy," 2018)



Figura 74: Alberto Burri, "*Bianco Cretto*", 1973. ("Art Basel," 2018)



Figura 72: FW17 *Couture*. ("Vogue Runway," 2018)

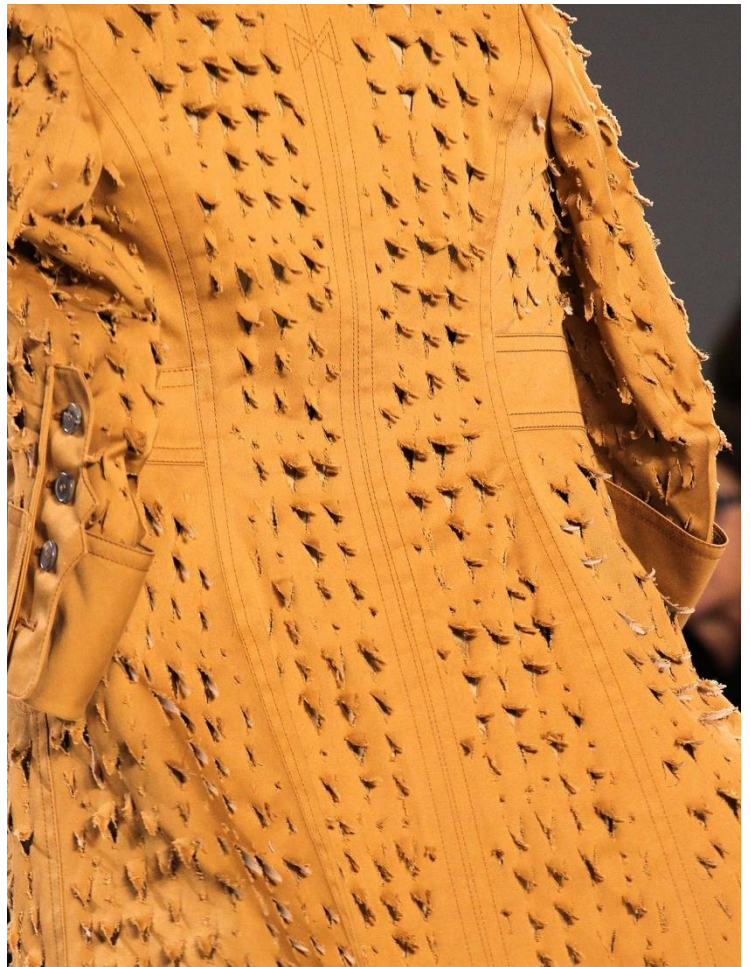


Figura 71: FW15 RTW. ("Vogue Runway," 2018)



Figura 78: FW1997 RTW.
("Vogue Runway," 2018)



Figura 77: FW11 *Couture*.
("Pinterest," 2018)



Figura 75: Alberto Burri, "Lo strappò", 1952. *Image rights: Fondazione Palazzo Albizzini Collezione Burri.* ("Artsy," 2018)



Figura 76: Yves Klein, "RE 1 (*relief éponge bleu 1*)", 1958. *Image rights: Heidi Horten Collection.* ("Artsy," 2018)



Figura 79: SS16 RTW.
("Vogue Runway," 2018)



Figura 82: "XXXL vest with t-shirt", 1991. Foto: Tatsuya Kitayama.
("Pinterest," 2018)



Figura 80: Alberto Burri, "*Rosso Plastica*", 1963.
("Art Basel," 2018)



Figura 81: SS16 RTW.
("Vogue Runway," 2018)

A imaginação, a irreverência e sentido conotativo do Surrealismo, o seu caráter pictórico servem de inspiração estética para coleções como a primavera/verão 2017 *Artisanal* (FIGURA 84), que capta a atenção com simbolismos acerca da “consciência dos jovens contemporâneos filtrada através de aplicações de media social” (Mower, 2017, s.p.). Mais uma vez, aludindo a situações problemáticas da humanidade, da geração das *selfies* e dos filtros, com o intuito de demonstrar “como a realidade é velada em filtros e transmitida através de símbolos”³¹ (Maison Margiela, apud Tudor, 2017, s.p.). Aqui há também a colaboração com a arte e o artista Benjamin Shine, numa peça excepcional com o trabalho manual em tule preto que figura um rosto (FIGURA 83). Tal é conseguido, pelas palavras do artista, da seguinte forma (apud Brown, s.d., s.p.):

Depende do resultado pretendido, mas a colaboração com a Margiela (que descreveria mais como “*image-based*” do que “forma escultural”), requereu diferentes técnicas. No geral, trabalho como se estivesse a produzir uma pintura em tela. Prender o tule em locais aleatórios, depois trabalhá-lo de cima para baixo, tentando manter a fluidez natural, enquanto tento desenhar os detalhes do que quero retratar. Há quase um efeito duplo, como se o tule tivesse criado a imagem em movimento³².

³¹ T.L. de: “*how reality is veiled in filters and conveyed through symbols*” (Maison Margiela, apud Tudor, 2017, s.p.).

³² T.L. de: “*It differs depending on the end result, but for the Margiela collaboration (which I would describe as ‘image-based’ rather than a ‘sculptural form’), it required using different techniques. In general, though, I work as if I’m producing a painting on canvas. Pinning the tulle at various random places, I then work the fabric from top to bottom, trying to retain the natural flow that exists within the whole work, whilst also working to draw out the detail of what it is I’m trying to portray. There’s almost this double effect, as if the tulle has created the image whilst it’s in motion*” (Benjamin Shine, apud Brown, s.d., s.p.).



Figura 83: SS17 *Artisanal*. Casaco branco de algodão com aplicação de tule preto de Benjamin Shine. (Vogue, 2018)

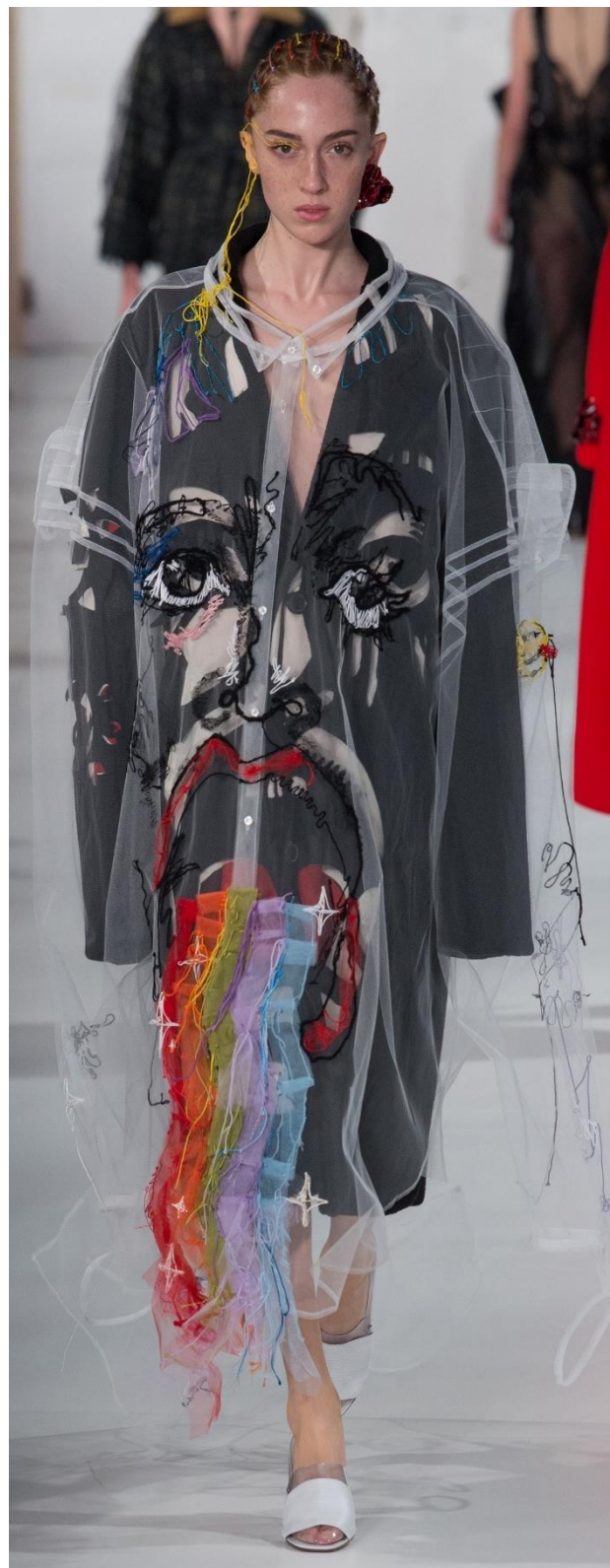


Figura 84: SS17 *Artisanal*. Casaco de lã preto, vermelho e branco com recortes em camadas que formam uma imagem de uma face, sob uma maxi-camisa em tule branco com bordados figurativos. (Vogue, 2018)

O *kitsch*, como anteriormente mencionado, é presença assídua nas superfícies e John Galliano (apud Lipovetsky and Serroy, 2014, p. 349) reforça-o: “Prefiro o mau gosto à ausência total de gosto”.

Segundo Lipovetsky and Serroy (2014, pp. 347, 348), o crescimento do *kitsch* é um fenómeno que “contribui para a expansão da sociedade do hiperespetáculo” desta hipermodernidade, impondo a sua estética excessiva e eclética. Em meados do séc. XIX, as criações do capitalismo eram rejeitadas esteticamente por serem consideradas inautênticas, do mau gosto, *kitsch*. Desde há décadas, tem denotado um desenvolvimento crescente, tornando-se tendência: “apesar de proliferarem objetos *high-tech*, testemunhamos a “kitschização” das mentalidades, dos comportamentos e dos sinais do quotidiano: a civilização do digital é também uma civilização *kitsch*”.

Dentro do mesmo pensamento, pode-se talvez chamar de pitorescas³³ muitas das superfícies e peças Margiela.

É uma parafernália de sensações que, em sinestesia, se completam e parecem ganhar valor. Na fase Martin Margiela, o pitoresco também tinha aparições, manifestando-se mais nas influências de estilo romântico, ou seja, do vestuário e costumes do séc. XIX, o que, como concluído, seria considerado um pouco *kitsch* também. Mais uma vez, surgem pontos em comum entre os criadores, subentendidos.

³³ Enquanto categoria estética, o desenvolvimento da noção de pitoresco surgiu no século XVIII no Reino Unido, a partir do movimento romântico. Deriva do italiano *pittresco*, que se pode traduzir como “semelhante à pintura”. O que é pitoresco, portanto, começou a associar-se à propriedade daquilo que pela sua beleza ou singularidade era digno de ser pintado e representado através da arte.

É uma espécie de estímulo visual que transmite uma sensação de singularidade. Ao observar algo considerado pitoresco, uma pessoa pode estimar que mereceria ser reproduzido numa obra artística.

Atualmente, no entanto, a noção de pitoresco foi expandida. É possível ter conotações negativas, podendo associar-se ao chocante (“Conceito.de,” 2014).

Relativo à pintura; digno de pintar-se; [Figurado] ameno, deleitoso; vivo, cintilante, ornado de imagens (“Dicionário Priberam da Língua Portuguesa,” 2018).

A Maison Margiela transporta superfícies das paredes e dos chãos, para o corpo; força uma reinterpretação das funções das coisas, num raciocínio que também alude à consciência da reutilização e reciclagem. Fornece um novo substrato às próprias superfícies, fazendo também da moda uma tela, uma parede em branco, um chão revestido. Com isso, explora os sentidos para além dos meios convencionais, obrigando o observador a alhear-se e simultaneamente associar-se às experiências e conceitos *a priori* que tem sobre o que vê; a tentar refletir sobre outras sensações táteis que poderá ter ao experienciar-se com a rugosidade e austeridade, ou também maciez e conforto de uma carpete, com a subtileza e sensualidade sussurrada de um lençol de cetim, com a rigidez e frieza de uma tela, entre outros, e jogar com a experiência sinestésica de todos os órgãos dos sentidos.

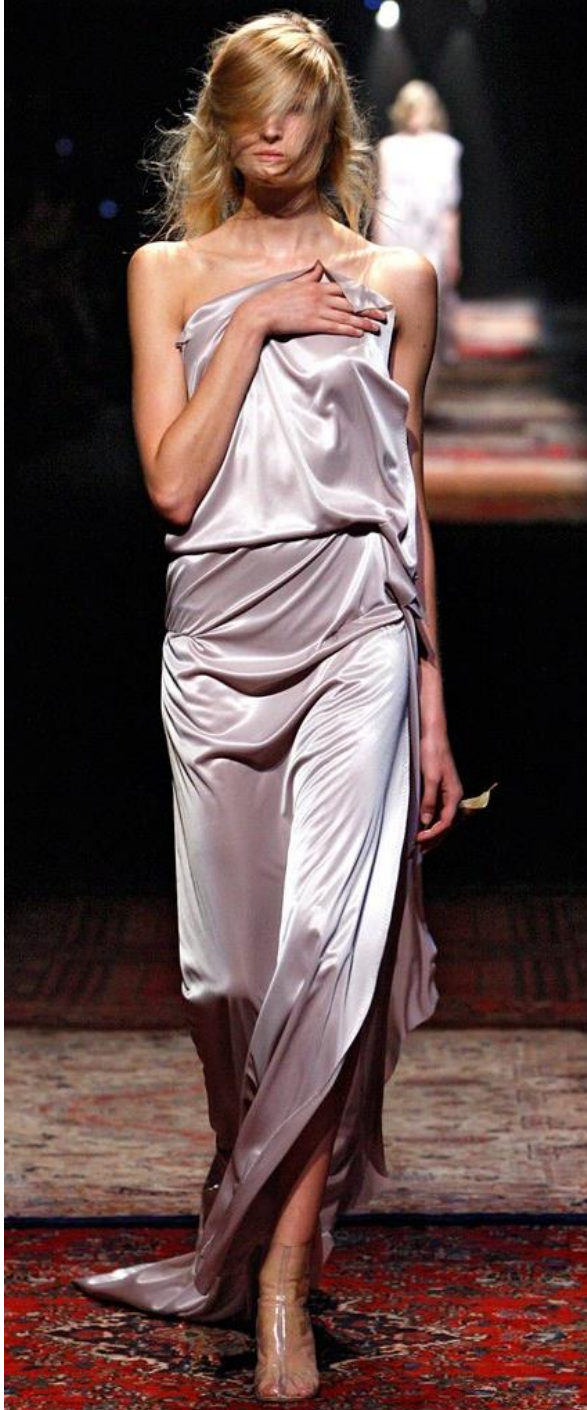


Figura 85: SS12 RTW.
(Vogue, 2018)



Figura 86: SS12 RTW. Saia “tapete” com lantejoulas.
 (“tumblr: umbria,” n.d.)



Figura 87: SS 1998 Maison Martin Margiela.
Women's look book. Vestido plano de rede de
 pesca inspirado num saco de compras
 tradicional de rede.
 (“MMM tumblr,” 2018)



Figura 88: SS07 *Couture*.
("Pinterest," 2018)



Figura 89: AW11 *Couture*.
("Pinterest," 2018)

Parte 3 | Conclusões

8 Considerações finais

A nossa percepção *a priori* das coisas implica ausência de experiência, de conhecimento acerca delas. As sensações primárias são, por sua vez, oferecidas pela superfície, por aquilo que nos transmite de imediato – o veículo de comunicação entre a nossa pele, o meio ambiente e a compreensão – a própria sensação.

Todas os objetos têm a sua pele, são percebidos pela sua substância³⁴; e a forma mais direta de compreensão das coisas é a primeira percepção.

Tocamos num tecido fluido, leve e fresco e associamos a sua finalidade a um vestido ou blusa de verão; imediatamente “sentimos” o conforto de caminhar enquanto a maciez e espontaneidade da superfície acompanha os passos e toca a pele ao mesmo tempo. “Sentimos” a beleza da postura classicista de um tecido que cria distintos e consecutivos drapeados sobre o corpo, numa mimese das posições que o mesmo vai adotando.

Estas qualidades advêm de características como a composição das fibras do tecido (por exemplo, sendo ele de algodão, viscose ou seda), a sua estrutura/textura (por exemplo, um tafetá ou um cetim), as suas cores (por exemplo, corantes ou pigmentos com certas especificidades e saturação), os seus padrões (que criam efeitos visuais de pesos variados e impulsionadores de outras sensações).

Tocamos num sobretudo de inverno e pretendemos sentir algo denso, pesado e consistente; não áspero, mas rugoso e texturado, macio e com volume. Nesse caso ansiamos por uma sensação de aconchego, abrigo e envolvimento. Tecemos assim uma imagem, uma ideia estética do produto, com base na sua superfície.

As emoções são parte integrante, senão maioritária, da experiência estética e da experiência direta de interação com um objeto de design. Tanto que o

³⁴ Matéria; natureza; essência; ser; sentido (dicionário de sinónimos Word, 2018).

denominado “design emocional” ou sensível, sucedendo-se à lógica funcional de um design universal, “abriu-se à diversidade das estéticas e integra o imaginário do criador, o poder de evocação sentimental dos objetos, a dimensão do prazer sensorial do consumidor”, podendo assim despertá-lo e distraí-lo. A propósito dessa afetividade do design e da sua aproximação do que o consumidor sente, dos seus “gostos e fantasmas”, Philippe Starck, designer de produto, diz que “não se compra uma cadeira, mas o aroma do café com leite e a mãe como bônus” (Lipovetsky and Serroy, 2014, p. 288).

Esta mesma alegoria sobre a cadeira de Philippe Starck pode bem ser adaptada a um produto de moda cuja superfície evoca o prazer dos sentidos de uma pessoa, a sua imaginação, os seus sonhos ou memórias, a sua história – a sua dimensão afetiva, que a remete para lembranças de infância ou de momentos bons – ao estimular o toque, a visão, a audição, o olfato ou o paladar. Estas mesmas estimulações de todos os sentidos são orientadas pelos têxteis desde sempre, a fim de identificar e distinguir os mesmos, ativa e passivamente. No entanto, hoje são ainda possíveis devido a variadas evoluções físicas e tecnológicas que podem conferir paladar ou cheiro (por exemplo, com as microcápsulas de odor), para além dos característicos odores da pele e das fibras naturais como o linho, o sisal ou as lãs.

Segundo Lipovetsky and Serroy (2014, p. 289), o design emocional ou sensível traduz-se no “sucesso das formas ovóides, de linhas suaves, da utilização de materiais flexíveis e sensuais que levam a um universo maternal, caloroso, acolhedor”.

Relativamente à sintaxe, evidenciou-se aqui a forma como as superfícies se manifestam na sua composição. A conjugação dos diversos elementos abordados no design de superfície e moda é parte fundamental do que alimenta a conceção das propriedades estéticas das superfícies. É essencial ter “perceção” de que uma certa organização dentro da variedade e da desordem é fulcral para uma bem-sucedida expressão artística, conceptual ou de um significado, na “perceção” da superfície tratada.

Materiais aveludados podem conferir profundidade, mas incisões estrategicamente situadas podem acrescentar um valor ainda mais marcante nessa profundidade; padrões decorativos oferecem preenchimento e uma ideia romantizada, que provoca pacificidade, mas também inquietação ao observador;

linhas horizontais e padrões geométricos induzem tranquilidade, passividade; e assim sucessivamente. Não obstante, variadas técnicas que manipulam e acrescentam elementos enaltecendo aos tecidos, podem alterar o seu caráter – trazer brilho, opacidade, profundidade, relevo, maciez, entre outros, para além de funções de conforto e proteção. Não esquecendo que o modo como as superfícies são manuseadas e trabalhadas também acrescenta formas de percepção e interpretação das mesmas.

Relativamente à marca Maison Margiela, a tensão e a variedade criam nas composições visuais das superfícies um motivo de apelo, de intriga e complexidade. A tensão deve-se à não convencionalidade e esforço das formas e aos diferentes graus de intensidade nas sombras projetadas pelas texturas e pela tridimensionalidade dos desenhos, nas linhas e nas cores. Mesmo quando existe despojamento nas texturas e respeitando à vertente minimalista da marca, a presença das sombras, quer nas máscaras, quer na “falsa” textura do *trompe l’oeil* ou afins, cria uma tensão que se afirma.

Segundo Dondis (2007), o conhecimento da natureza das técnicas cria um público mais perspicaz para qualquer manifestação visual. Neste sentido, um ponto a realçar é, indubitavelmente, o papel que as técnicas e tecnologias desempenham na passagem de informação, transmissão de sensações e percepção das superfícies.

Foram referidas neste documento inúmeras formas de analisar uma superfície têxtil, de a olhar e apreciar mais profundamente. Deste modo, paralelamente a reconhecer as variadas características que podem estar presentes numa superfície e que podem influenciar e despoletar emoções, gestos e reações, também se observa que muitas dessas variáveis se devem ao avanço dos materiais e procedimentos. É um facto que, ao analisar diacronicamente as superfícies têxteis na moda e o seu design, se percebe a preponderância das técnicas ancestrais ao longo dos tempos. Estas são influentes e precursoras da maioria dos avanços realizados. No fundo, permanecem os seus legados, mesmo nas inovações mais recentes, demonstrando que tudo advém de revivalismos, de inspirações e apropriações do que os primórdios outrora fizeram. Contudo, o que se acrescenta são os resultados de novos estudos e novas experiências que, com o auxílio de novas tecnologias e meios, enriquecem os materiais.

A expressão do criador encontra-se materializada nos substratos das suas criações, paralelamente às suas composições formais e às suas silhuetas.

A necessidade de figurar nas superfícies uma atualidade mecanizada é perfeitamente orientada para a utilização de materiais frios, literalmente com baixa condução térmica, ou lisos, sintéticos e transparentes, despidos de privacidade, holográficos, fruto da tecnologia; mas, simultaneamente, consegue-se uma dupla interpretação, conjugando-os com camadas de diferentes texturas visuais e táteis, que figuram a quantidade de informação a que a sociedade está subordinada. Margiela exemplifica-o, especialmente nas últimas coleções, como anteriormente verificado.

Como sugerem Silva and Patrício (2016, p. 20), “a estamparia têxtil também pode ser uma prática que se distingue da lógica social voltada para o mercado da moda, onde se destaca o valor estético social sob uma análise simbólica e percetiva do consumo”. O conceito de moda é efêmero e complexo para a maioria dos autores, uma vez que “a moda segue ritmos e paradigmas ligados ao comportamento e consumo, uma seleção natural de valores e necessidades relacionados com o objeto-signo e a divisão de classe social”. Assim, a semântica de moda é complexa, envolvendo questões subjetivas, mas também políticas e económicas. A moda pode ser pensada então como um fenómeno social, no qual se simulam comportamentos, expressões e identidades (idem, ibidem).

A poesia, como sendo um meio de expressão pessoal para fins estéticos ou críticos, é uma mensagem, uma transmissão – daí se falar da “poesia das coisas”, de um “objeto poético”. Um objeto de moda pode ter poesia pela forma, pela atração ao olhar e ao toque, pela presença. E a superfície é uma ferramenta usada para criar essa forma, para além de ser a forma em si; de ser uma matéria que provoca a atração, a repulsa, a familiaridade, a curiosidade, o interesse e o desinteresse. Este desencadeamento de sensações e significados é o que caracteriza a vertente estética da superfície têxtil.

Ao dissecar com mais rigor as superfícies de Margiela, ou outras superfícies que se pretender analisar, é possível associá-las a melodias, a aromas, sabores; e desenvolver uma sinestesia que permite elaborar uma reação imediata à perceção das superfícies, sentir interesse e gosto ou não, e adotar um julgamento estético.

O domínio da estética da “indagação sobre a natureza da percepção sensorial, da experiência do belo e, talvez, da mera beleza artística” (Dondis, 2007, s.p.) conecta-se à superfície, neste caso, têxtil, na medida da percepção. A expressão emocional, abstrata ou realista, é materializada por meio de estímulos físicos, que acartam signos e significados. Deste modo, o veículo para a expressão estética na superfície é a conjugação dos fundamentos de linguagem visual com os técnicos – as tecnologias que acompanham os materiais progressivamente, numa emergente fusão entre a tradição, o artesanato, as novas tecnologias e a invenção.

9 Fatores críticos, contributo e recomendações futuras

Como elementos propulsores do sucesso desta investigação, foram tidos em conta as capacidades da mestranda de responsabilidade, organização, sistematização da investigação, leitura e concentração nos tópicos do tema; a motivação, empenho e entrega da mestranda ao campo do design de moda e à área das superfícies têxteis; a redação do texto com coerência, fluidez e harmonia, por forma a obter um documento completo, claro e que desperte interesse; o cumprimento do cronograma de investigação; a aproximação da investigação à área de domínio das orientadoras, de modo a obter correta avaliação dos resultados e informação pertinente e relevante, assim como bom acompanhamento; apoio financeiro para a mestranda se concentrar unicamente na condução da investigação; apoio em recursos adequados de investigação e fundamentação; contribuição de espaços e ambientes de trabalho adequados a uma investigação e redação refletida e bem conduzida.

Alguns fatores poderiam ter dificultado a investigação, como: a distância de contacto entre a mestranda e as orientadoras, que foi contornada através do contacto pessoal regular e calendarizado, bem como a troca do ponto de situação via eletrónica, nomeadamente email e videoconferência; a restrição de acesso a fontes bibliográficas via eletrónica, que foi contraposta através da consulta de bibliotecas universitárias, a adicionar às online.

Para além de constituir matéria de interesse para a indústria da moda e profissionais da área ou áreas relacionadas, pode-se considerar também como benefício da investigação, a partilha de experiências e conhecimentos adquiridos com a instituição e com os futuros alunos que demonstrem interesse neste estudo.

O estudo das superfícies no design de moda tem um grande impacto comunicativo, tecnológico e económico, oferecendo assim possibilidades de interação e expressão pessoal. Como tal, a descoberta e documentação de tecnologias emergentes no design têxtil poderá ser útil a profissionais e estudantes de design de moda e têxtil e designers em ascensão. Pode também ser benéfica para colmatar a investigação de indústria têxtil e de vestuário, empresas, publicações da área. Simultaneamente, pode tornar-se útil a designers

de comunicação de moda, profissionais e estudantes da área da sociologia e psicologia da moda, beneficiando dos estudos ao nível da percepção e atitude estética.

Esta investigação trouxe, ainda, benefícios pessoais, proporcionando experiência de investigação numa área de interesse e a aplicação dos conhecimentos adquiridos em âmbito académico. Acrescentam-se os benefícios que a investigação implicou no sentido de desenvolver as capacidades de síntese, organização de conteúdos e gestão de tempo.

A investigação nesta temática, apesar de se inserir num campo mais subjetivo da Moda, não deixa de ser essencial, na medida em que o conhecimento basilar do que constitui a percepção sensorial pode responder a diversas dúvidas sobre as soluções adotadas na área. Para além disso, pode responder também a dúvidas que surgem aos próprios utilizadores quando se questionam sobre as suas opções.

Assim sendo, o contributo mais valioso da presente investigação recai sobre a aprendizagem na reflexão sobre os elementos constituintes de um objeto físico; sobre a dimensão humana na perspetiva do seu relacionamento com a natureza dos objetos; sobre a origem das atitudes; sobre a emotividade que está vinculada à Moda e, nomeadamente, às superfícies têxteis. Uma vez que esse setor necessita de uma maior atenção, num mundo em que a massificação dos objetos de moda parece entrar em espiral, o contributo deste trabalho baseia-se na consciencialização do valor da matéria e do correto proveito das evoluções tecnológicas e das potencialidades que os materiais oferecem às superfícies da Moda.

Posto isto, será pertinente e enriquecedor para investigações futuras, por exemplo, o estudo da fruição estética e tecnológica de outras marcas mais avançadas tecnologicamente, contemporâneas, bem como outras mais convencionais e/ou antigas, e possivelmente, fazer uma comparação no âmbito estético; ou também no âmbito da emotividade e ética *Slow Fashion*. Também é recomendável um maior aprofundamento das disciplinas da Estética e da Semiótica, dos gostos e das interpretações do Homem, e dos seus contornos em

termos como conceitual, minimalista, excêntrico, entre outras ambiguidades inerentes ao design de moda e de superfície.

10 Disseminação

As atividades de disseminação incluem a partilha de matéria científica através da escrita dos resultados adquiridos ao longo da investigação. Deste modo, é de referir a importância da publicação de artigos científicos nas variadas publicações de interesse (livros, revistas científicas, entre outros).

Revisão bibliográfica

Referências bibliográficas

- Arnheim, R., 1974. Art and Visual Perception, 2nd ed. University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London.
- Baptista, M., 2010. O juízo de gosto segundo Kant [WWW Document]. Educ. Pública. URL <http://www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/filosofia/0055.html> (accessed 7.25.18).
- Beardsley, M.C., Hospers, J., 1988. Estética: historia y fundamentos. Cátedra.
- Betker, A., 2016. Met Gala 2016: Preview Manus x Machina Exhibit at the Met Photos | W Magazine [WWW Document]. W Mag. URL <https://www.wmagazine.com/gallery/manus-x-machina-met-gala-2016-preview/all> (accessed 6.13.18).
- Bozal, V., 1996. Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas. Visor.
- Brand, R.H., 2008. Measurement of Fabric Aesthetics Analysis of Aesthetic Components, in: Jr, M.C.G. (Ed.), Descriptive Sensory Analysis in Practice. John Wiley & Sons, pp. 417–442.
- Briggs-Goode, A., Townsend, K. (Eds.), 2011. Textile Design: Principles, Advances and Applications. Elsevier.
- Brown, E., n.d. Benjamin Shine [WWW Document]. NR Mag. URL <http://www.nrmagazine.com/benjamin-shine/> (accessed 7.30.18).
- Carroll, N., 1999. Philosophy of Art A contemporary introduction. Routledge, London and New York.
- Catarino, A., 2014. Design Têxtil - Malhas.
- Conceito de pitoresco [WWW Document], 2014. Conceito.de. URL <https://conceito.de/pitoresco> (accessed 7.30.18).
- Dazed, 2016. John Galliano opens up about meeting Martin Margiela [WWW Document]. Dazed. URL <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/31399/1/john-galliano-opens-up-about-meeting-martin-margiela> (accessed 7.7.18).
- Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [WWW Document], 2018. URL <https://www.priberam.pt/dlpo/> (accessed 4.24.18).

- Dondis, D.A., 2007. Sintaxe da Linguagem Visual 1–67.
- Eckman, M., Wagner, J., 1995. Aesthetic Aspects of the Consumption of Fashion Design: the Conceptual and Empirical Challenge. *ACR North Am. Adv. NA-22*, 646–649.
- Fabric.com, 2018a. Scuba Knit Fabric - Fabric.com [WWW Document]. Fabric.com. URL <https://www.fabric.com/fabric-type/scuba-knit> (accessed 6.14.18).
- Fabric.com, 2018b. Lame Fabric - Fabric.com [WWW Document]. URL <https://www.fabric.com/fabric-type/lame> (accessed 7.30.18).
- Falando de Evolução – Diacronia [WWW Document], 2014. Des. Cult. URL <http://www.designculture.com.br/falando-de-evolucao-diacronia/> (accessed 6.7.18).
- Fédération de la Haute Couture et de la Mode, 2018. History [WWW Document]. Fédération Haute Couture Mode. URL <https://fhcm.paris/en/the-federation/history/> (accessed 12.12.18).
- Fletcher, K., 2007. Slow fashion. *The Ecologist*. URL <https://theecologist.org/2007/jun/01/slow-fashion> (accessed 12.14.18).
- Frankel, S., 2016. Maison Margiela Artisanal: A Potted History [WWW Document]. AnOther. URL <http://www.anothermag.com/fashion-beauty/8269/maison-margiela-artisanal-a-potted-history> (accessed 7.8.18).
- Frankel, S., 2009. The birth, death and re-birth of conceptual fashion, in: *Maison Martin Margiela*. New York.
- Freitas, R., 2009. As ações comunicacionais táteis no processo de criação do design de superfície. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.
- Freitas, S., 2005. A Teoria da Gestalt por Max Wertheimer (1924), Tradução: Ricardo Mazzini Bordini (Análise musical). UDESC, CEART - Departamento de Música, Estado de Santa Catarina.
- Gabardo, V., 2012. Prêt-à-porter [WWW Document]. *Rev. Cliché*. URL <http://www.revistacliche.com.br/2012/03/pret-a-porter/> (accessed 6.12.18).
- Gaut, B., Lopes, D.M. (Eds.), 2005. *The Routledge Companion to Aesthetics*, 2nd ed. Routledge, London and New York.
- Gombrich, E.H., 1984. *The sense of order: a study in the psychology of decorative art*, 2nd ed. Phaidon.

- Gursoy, B.C., 2012. Fashion and Art: The Influence of Art on Fashion and the Coexisting Relationship in the 20th Century Western Culture. Universidade do Minho.
- Hangzhou Chinastars Reflective Material Co., Ltd. [WWW Document], 2018. ChinaStars. URL <http://www.chinastars.org.cn/> (accessed 7.30.18).
- Hitti, N., 2018a. Kirkby Design and Tom Dixon launch fabrics digitally printed with photos of foil and hair [WWW Document]. Dezeen. URL <https://www.dezeen.com/2018/09/27/kirkby-design-tom-dixon-digitally-printed-fabrics-design/> (accessed 10.9.18).
- Hitti, N., 2018b. Maison Margiela [WWW Document]. Dezeen. URL <https://www.dezeen.com/2018/07/11/maison-margielas-artisanal-couture-collection-john-galliano-fashion/> (accessed 7.11.18).
- Kant, I., 2012. Critique of Judgment. Courier Corporation.
- Kirchof, E.R., 2003. Estética e semiótica de Baumgarten e Kant a Umberto Eco. EDIPUCRS.
- Labrague, M., 2017. "Seemingly Immaterial, Crafting Identity through Clothes" by Michelle Labrague [WWW Document]. Neon Signs. URL <http://www.neonsignsmag.com/semmingly-immaterial/> (accessed 5.27.18).
- Leão, T.C.F., 2016. Design de Superfície e Estamparia Têxtil: características, relações e identidades. FUMEC, Belo Horizonte.
- Leroi-Gourhan, A., 1964. Le Geste et la Parole. Albin Michel, Paris.
- Lipovetsky, G., Serroy, J., 2014. O capitalismo estético na era da globalização. Edições 70, Lisboa.
- Lupton, E., 2002. Skin: Surface, Substance and Design. Laurence King, London.
- Machado, C.G.D.S., Gomes, L.A.V.D.N., 2006. Design - Experimentos Em Desenho. UNIRITTER.
- Maffesoli, M., 1996. No fundo das aparências. Vozes.
- Maison Margiela [WWW Document], 2018. URL <https://www.maisonmargiela.com/gb> (accessed 1.31.18).
- Maison Martin Margiela, 1st ed, 2009. Rizzoli International Publications, New York.
- maisonmargiela [WWW Document], 2018. Instagram. URL <https://www.instagram.com/maisonmargiela/> (accessed 7.28.18).

- maisonmargiela [WWW Document], 2015. Instagram. URL <https://www.instagram.com/p/4ZJA8CPCo5/> (accessed 7.28.18).
- Manzini, E., 1993. A Matéria da Invenção, Coleção “Design, Tecnologia e Gestão.” Centro Português de Design, Lisboa.
- Material District, 2016. Baked Fabrics By Issey Miyake give textiles new form. MaterialDistrict.
- Morris, J., n.d. History Of Embroidery, Handicraft Of Decorating Fabric, Embroidered Clothing, Fibre2fashion [WWW Document]. Fibre2fashion. URL <http://www.fibre2fashion.com/industry-article/4135/history-of-embroidery> (accessed 12.13.18).
- Mower, S., 2018. Maison Margiela Spring 2018 Couture Fashion Show [WWW Document]. Vogue. URL <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-couture/maison-martin-margiela> (accessed 7.30.18).
- Mower, S., 2017. Maison Margiela Spring 2017 Couture Fashion Show [WWW Document]. Vogue. URL <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-couture/maison-martin-margiela> (accessed 7.30.18).
- Musée d'Impression sur Etoffes, n.d. The indiennes textiles [WWW Document]. Mus. Impr. Sur Etoffes. URL <http://www.musee-impression.com/en/the-indiennes-textiles/> (accessed 12.13.18).
- Phelps, N., 2012. Maison Margiela Fall 2012 Couture Fashion Show [WWW Document]. Vogue Runway. URL <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2012-couture/maison-martin-margiela> (accessed 6.26.18).
- Pinto, A.L., Meireles, F., Cambotas, M.C., 2010. História da Cultura e das Artes 11º ano, 2nd ed. Porto Editora, Porto.
- Ramos, E., Porfírio, M., 2009. Manual do Desenho, 2nd ed. ASA.
- Ribeiro, S.M., 2015. Tendências de moda e semiótica Módulo de semiótica da moda; a moda como sistema de signos.
- Rüthschilling, E.A., 2008. Design De Superfície. UFRGS, Rio Grande do Sul.
- Saillard, O., 2009. Martin Margiela - Inventor of a style, in: Maison Martin Margiela. New York.
- Selvedge: GOING, GOING, GE BA [WWW Document], 2017. Selvedge Mag. URL <https://www.selvedge.org/blogs/selvedge/going-going-ge-ba> (accessed 7.30.18).
- Shaeffer, C.B., 2011. Couture Sewing Techniques. Taunton Press.

- Sibley, F., 1959. A Contemporary Theory of Aesthetic Qualities: Aesthetic Concepts. *Philos. Rev.* 68 421–450.
- Silva, T., Patrício, F., 2016. Design de superfície têxtil: além da imagem estampada. *Entremeios* 13, 15–32. <http://dx.doi.org/10.20337/ISSN2179-3514revistaENTREMEIOSvol13pagina15a32>
- Sincronia e diacronia [WWW Document], 2018. Norma Culta. URL <http://www.normaculta.com.br/sincronia-e-diacronia/> (accessed 6.7.18).
- Sotecnisol, 2018. Sotecnisol [WWW Document]. Geotêxteis. URL <https://www.sotecnisol.pt/materiais/produtos/solucoes-de-impermeabilizacao-isolamentos-e-drenagens/drenagens-novo/geotexteis/> (accessed 2.21.18).
- The Met Museum, 2018. Manus x Machina: Fashion in an Age of Technology [WWW Document]. Metrop. Mus. Art le Met Mus. URL <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2016/manus-x-machina> (accessed 6.13.18).
- Tudor, E., 2017. Margiela's Digital Distortion [WWW Document]. NOWFASHION. URL <https://nowfashion.com/margiela-s-digital-distortion-21010> (accessed 7.30.18).
- Udale, J., 2008. Basics Fashion Design 02: Textiles and Fashion. AVA Publishing.
- Vardaro, F., 2018. Martin Margiela - Vogue.it [WWW Document]. URL <http://www.vogue.it/en/news/encyclo/designers/m/martin-margiela> (accessed 5.30.18).
- Vieira, L.B., 2014. A estamperia têxtil contemporânea: produção, produtos e subjetividades. Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Wertheimer, M., 1938. Laws of organization in perceptual forms, in: *A Source Book of Gestalt Psychology*. W. D. Ellis, pp. 71–88.
- Wilson, J., 2011. Fibres, yarns and fabrics: fundamental principles for the textile designer, in: *Textile Design: Principles, Advances and Applications*. Elsevier.
- Wilson, J., 2001. *Handbook of Textile Design*. Elsevier.
- Zaragoza, W.R., 2007. *Estética y diseño*. Ediciones Universidad de Salamanca, Salamanca.

Bibliografia

Apresentações

Catarino, A., 2014. Design Têxtil - Malhas.

Duarte, M., 2013. Estética e Cor Módulo 2 - Estética.

Esteves, F., 2014a. Materiais e Processos Têxteis I - Módulo Materiais Têxteis.

Esteves, F., 2014b. Fibras de 3ª geração.

Ribeiro, S.M., 2015. Tendências de moda e semiótica Módulo de semiótica da moda; a moda como sistema de signos.

Artigos

Araujo, D.C. de, Leoratto, D., n.d. Alterações da silhueta feminina: a influência da moda. 2013. URL <http://www.scielo.br/pdf/rbce/v35n3/14.pdf> (accessed 11.25.17).

Cardoso, C., Pacheco, J., 2017. Método de análise semiótica na perspectiva do design. Design & Tecnologia 14 92–107.

Cohen, T., 1973. Aesthetics/Non-Aesthetics and the Concept of Taste. Theoria 39 113–152.

Dondis, D.A., 2007. Sintaxe da Linguagem Visual 1–67. URL http://www3.uma.pt/dmfe/DONDIS_Sintaxe_da_Linguagem_Visual.pdf (accessed 07.11.18).

Eckman, M., Wagner, J., 1995. Aesthetic Aspects of the Consumption of Fashion Design: the Conceptual and Empirical Challenge. ACR North American Advances NA-22, 646–649. URL <http://acrwebsite.org/volumes/7825/volumes/v22/NA-22> (accessed 10.15.18).

Fletcher, K., 2007. Slow fashion. The Ecologist. URL <https://theecologist.org/2007/jun/01/slow-fashion> (accessed 12.14.18).

Hospers, J., 1954. The Concept of Artistic Expression. Proceedings of the Aristotelian Society 55, 313–344. URL <http://www.jstor.org/stable/4544551> (accessed 3.8.18).

Material District, 2016. Baked Fabrics By Issey Miyake give textiles new form. MaterialDistrict. URL <https://materialdistrict.com/article/baked-fabrics-by-issey-miyake-give-textiles-new-form/> (accessed 10.9.18).

- Pitombo Cidreira, R., 2008. Moda e estilo: introdução a uma estética da moda*. Revista Famecos 48–53. URL <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4414/3314> (accessed 11.25.17).
- Refosco, E., Gursoy, B.C., Broega, A.C., 2011. Limiar entre a Moda e a Arte.
- Sibley, F., 1959. A Contemporary Theory of Aesthetic Qualities: Aesthetic Concepts. *Philosophical Review* 68 421–450.
- Silva, T., Patrício, F., 2016. Design de superfície têxtil: além da imagem estampada. *Entremeios* 13, 15–32. <http://dx.doi.org/10.20337/ISSN2179-3514revistaENTREMEIOSvol13pagina15a32>
- Walton, K., 1970. Categories of Art. *Philosophical Review* 79 334–367.

Livros

- Arnheim, R., 1974. *Art and Visual Perception*, 2nd ed. University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London.
- Beardsley, M.C., 1981. *Aesthetics: Problems in the Philosophy of Criticism*, 2nd ed. Hackett Publishing Company, Indianapolis.
- Beardsley, M.C., Hospers, J., 1988. *Estética: historia y fundamentos*. Cátedra.
- Bella Martin, Hanington, B., 2012. *Universal Methods of Design*. Rockport Publishers, Beverly, MA.
- Bozal, V., 1996. *Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas*. Visor.
- Briggs-Goode, A., Townsend, K. (Eds.), 2011. *Textile Design: Principles, Advances and Applications*. Elsevier.
- Carroll, N., 1999. *Philosophy of Art A contemporary introduction*. Routledge, London and New York.
- Danto, A., 1981. *The Transfiguration of the Commonplace*. Harvard University Press, Cambridge.
- Freeman, D., 2014. *Art's Emotions: Ethics, Expression and Aesthetic Experience*. Routledge.
- Gaut, B., Lopes, D.M. (Eds.), 2005. *The Routledge Companion to Aesthetics*, 2nd ed. Routledge, London and New York.
- Gombrich, E.H., 1984. *The sense of order: a study in the psychology of decorative art*, 2nd ed. Phaidon.
- Kant, I., 2012. *Critique of Judgment*. Courier Corporation.

- Kirchhof, E.R., 2003. Estética e semiótica de Baumgarten e Kant a Umberto Eco. EDIPUCRS.
- Leroi-Gourhan, A., 1964. Le Geste et la Parole. Albin Michel, Paris.
- Lipovetsky, G., 2002. Empire de L'éphémère. Princeton University Press.
- Lipovetsky, G., Serroy, J., 2014. O capitalismo estético na era da globalização. Edições 70, Lisboa.
- Lupton, E., 2002. Skin: Surface, Substance and Design. Laurence King, London.
- Machado, C.G.D.S., Gomes, L.A.V.D.N., 2006. Design - Experimentos Em Desenho. UNIRITTER.
- Maffesoli, M., 1996. No fundo das aparências. Vozes.
- Maison Martin Margiela, 1st ed, 2009. Rizzoli International Publications, New York.
- Manzini, E., 1993. A Matéria da Invenção, Coleção "Design, Tecnologia e Gestão." Centro Português de Design, Lisboa.
- Munari, B., 2008. Design as Art. Penguin UK.
- Pallasmaa, J., 2005. The Eyes of the Skin: Architecture and the Senses. John Wiley & Sons.
- Pinto, A.L., Meireles, F., Cambotas, M.C., 2010a. História da Cultura e das Artes 11º ano, 2nd ed. Porto Editora, Porto.
- Pinto, A.L., Meireles, F., Cambotas, M.C., 2010b. História da Cultura e das Artes 11º ano, 2nd ed. Porto Editora, Porto.
- Ramos, E., Porfírio, M., 2009. Manual do Desenho, 2nd ed. ASA.
- Rüthschilling, E.A., 2008. Design De Superfície. UFRGS, Rio Grande do Sul.
- Shaeffer, C.B., 2011. Couture Sewing Techniques. Taunton Press.
- Stolnitz, J., 1960. Aesthetics and Philosophy of Art Criticism. Houghton Mifflin, New York.
- The Myth of the Aesthetic Attitude, n.d.
- Udale, J., 2008. Basics Fashion Design 02: Textiles and Fashion. AVA Publishing.
- Wilson, J., 2001. Handbook of Textile Design. Elsevier.
- Zaragoza, W.R., 2007. Estética y diseño. Ediciones Universidad de Salamanca, Salamanca.
- Zemach, E., 1997. Real Beauty. Pennsylvania State University Press, University Park.

Secções de livros

- Brand, R.H., 2008. Measurement of Fabric Aesthetics Analysis of Aesthetic Components, in: Jr, M.C.G. (Ed.), Descriptive Sensory Analysis in Practice. John Wiley & Sons, pp. 417–442.
- Frankel, S., 2009. The birth, death and re-birth of conceptual fashion, in: Maison Martin Margiela. New York.
- Miles, J., Beattie, V., 2011. Surface design of textiles, in: Textile Design: Principles, Advances and Applications. Elsevier.
- Saillard, O., 2009. Martin Margiela - Inventor of a style, in: Maison Martin Margiela. New York.
- Wertheimer, M., 1938. Laws of organization in perceptual forms, in: A Source Book of Gestalt Psychology. W. D. Ellis, pp. 71–88.
- Wilson, J., 2011. Fibres, yarns and fabrics: fundamental principles for the textile designer, in: Textile Design: Principles, Advances and Applications. Elsevier.

Dissertações

- Freitas, R., 2009. As ações comunicacionais táteis no processo de criação do design de superfície. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.
- Gursoy, B.C., 2012. Fashion and Art: The Influence of Art on Fashion and the Coexisting Relationship in the 20th Century Western Culture. Universidade do Minho.
- Leão, T.C.F., 2016. Design de Superfície e Estamparia Têxtil: características, relações e identidades. FUMEC, Belo Horizonte.
- Perez, W., 2008. Gramática Visual - A Linguagem do Visível. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Righi, A.P.G., 2009. DESIGN DE SUPERFÍCIE PARA TÊXTEIS: AMBIENTAÇÃO PARA SAGUÃO DE HOTEL. Centro Universitário Ritter dos Reis, Porto Alegre.
- Vieira, L.B., 2014. A estamparia têxtil contemporânea: produção, produtos e subjetividades. Universidade de São Paulo, São Paulo.

Relatórios

Drews, M., Krohn, M., 2007. Robert Plutchik's PSYCHOEVOLUTIONARY THEORY OF BASIC EMOTIONS (Poster). University of Applied Sciences Potsdam, Germany.

Freitas, S., 2005. A Teoria da Gestalt por Max Wertheimer (1924), Tradução: Ricardo Mazzini Bordini (Análise musical). UDESC, CEART - Departamento de Música, Estado de Santa Catarina.

Páginas Web

Art Basel [WWW Document], 2018. Art Basel. URL <https://www.artbasel.com/> (accessed 10.14.18).

Artsy - Discover, Research, and Collect the World's Best Art Online [WWW Document], 2018. Artsy. URL <https://www.artsy.net/> (accessed 10.14.18).

Baptista, M., 2010. O juízo de gosto segundo Kant [WWW Document]. Educação Pública. URL <http://www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/filosofia/0055.html> (accessed 7.25.18).

Betker, A., 2016. Met Gala 2016: Preview Manus x Machina Exhibit at the Met Photos | W Magazine [WWW Document]. W Magazine. URL <https://www.wmagazine.com/gallery/manus-x-machina-met-gala-2016-preview/all> (accessed 6.13.18).

Brown, E., n.d. Benjamin Shine [WWW Document]. NR MAGAZINE. URL <http://www.nrmagazine.com/benjamin-shine/> (accessed 7.30.18).

CG Advertising, 2014. WOW magazine 74 English Issey Miyake "3D Steam Stretch" Concept Movie [WWW Document]. CG Advertising. URL <http://www.cgadvertising.com/pages/posts/wow-magazine-74-english--issey-miyake-ldquo3d-steam-stretchrdquo-concept-movie-261.php> (accessed 10.9.18).

Classics in the History of Psychology -- Wertheimer (1923) [WWW Document], n.d. URL <http://psychclassics.yorku.ca/Wertheimer/Forms/forms.htm> (accessed 12.16.17).

Conceito de pitoresco [WWW Document], 2014. Conceito.de. URL <https://conceito.de/pitoresco> (accessed 7.30.18).

Contributor, 2012. The Maison Martin Margiela Reference Guide | THIRD LOOKS [WWW Document]. URL <http://www.thirdlooks.com/2012/11/maison-martin-margiela-reference-guide/> (accessed 7.8.18).

- Dazed, 2016. John Galliano opens up about meeting Martin Margiela [WWW Document]. Dazed. URL <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/31399/1/john-galliano-opens-up-about-meeting-martin-margiela> (accessed 7.7.18).
- Dazed, 2015. Galliano vs Margiela: a visual history [WWW Document]. Dazed. URL <http://www.dazeddigital.com/fashion/article/23127/1/galliano-vs-margiela-a-visual-history> (accessed 7.7.18).
- DELECTANT, 2015. DELECTANT: Maison Martin Margiela Elastic Jacket [WWW Document]. DELECTANT.com. URL <https://delectant.com/images/maison-martin-margiela-elastic-jacket-ss-2008/> (accessed 7.17.18).
- Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [WWW Document], 2018. URL <https://www.priberam.pt/dlpo/> (accessed 4.24.18).
- Fabric.com, 2018a. Scuba Knit Fabric - Fabric.com [WWW Document]. Fabric.com. URL <https://www.fabric.com/fabric-type/scuba-knit> (accessed 6.14.18).
- Fabric.com, 2018b. Lace Fabric - Fabric.com [WWW Document]. URL <https://www.fabric.com/fabric-type/lace> (accessed 7.30.18).
- Falando de Evolução – Diacronia [WWW Document], 2014. Design Culture. URL <http://www.designculture.com.br/falando-de-evolucao-diacronia/> (accessed 6.7.18).
- farfetch.com [WWW Document], 2018. Farfetch. URL <https://www.farfetch.com/pt/shopping/women/items.aspx> (accessed 10.9.18).
- Fédération de la Haute Couture et de la Mode, 2018. History [WWW Document]. Fédération de la Haute Couture et de la Mode. URL <https://fhcm.paris/en/the-federation/history/> (accessed 12.12.18).
- Frankel, S., 2016. Maison Margiela Artisanal: A Potted History [WWW Document]. AnOther. URL <http://www.anothermag.com/fashion-beauty/8269/maison-margiela-artisanal-a-potted-history> (accessed 7.8.18).
- Gabardo, V., 2012. Prêt-à-porter [WWW Document]. Revista Cliché. URL <http://www.revistacliche.com.br/2012/03/pret-a-porter/> (accessed 6.12.18).
- Ha, T.-H., 2014. No, this isn't moldy beer. It's a smart biomaterial you might eventually wear [WWW Document]. ideas.ted.com. URL <https://ideas.ted.com/the-skirt-and-shoe-made-from-kombucha/> (accessed 7.31.18).
- Hangzhou Chinastars Reflective Material Co., Ltd. [WWW Document], 2018. . ChinaStars. URL <http://www.chinastars.org.cn/> (accessed 7.30.18).
- History of Our World, 2010. Maison Martin Margiela [WWW Document]. History of Our World. URL

- <https://historyofourworld.wordpress.com/2010/07/05/maison-martin-margiela/> (accessed 5.29.18).
- Hitti, N., 2018a. Maison Margiela [WWW Document]. Dezeen. URL <https://www.dezeen.com/2018/07/11/maison-margielas-artisanal-couture-collection-john-galliano-fashion/> (accessed 7.11.18).
- Hitti, N., 2018b. Kirkby Design and Tom Dixon launch fabrics digitally printed with photos of foil and hair [WWW Document]. Dezeen. URL <https://www.dezeen.com/2018/09/27/kirkby-design-tom-dixon-digitally-printed-fabrics-design/> (accessed 10.9.18).
- Institute for Y2K Aesthetics - 'Absolute Zero' jacket & block of 'Aerogel' (1999). [WWW Document], n.d. Institute for Y2K Aesthetics. URL <http://y2kaestheticinstitute.tumblr.com/post/144175227239/absolute-zero-jacket-block-of-aerogel-1999> (accessed 3.8.18).
- J. Paul Getty Museum | The Getty [WWW Document], 2018. Getty Museum. URL <http://www.getty.edu/museum/> (accessed 10.14.18).
- Labrague, M., 2017. "Seemingly Immaterial, Crafting Identity through Clothes" by Michelle Labrague [WWW Document]. Neon Signs. URL <http://www.neonsignsmag.com/semmingly-immaterial/> (accessed 5.27.18).
- Maison Margiela Facebook [WWW Document], 2015. Facebook. URL <https://www.facebook.com/maisonmargiela/photos/a.111235588784.8925.1.92588673784/10153066264228785/?type=3&theater> (accessed 7.31.18).
- Maison Margiela News, Collections, Fashion Shows, Fashion Week Reviews, and More [WWW Document], 2018. Vogue. URL <https://www.vogue.com/fashion-shows/designer/maison-martin-margiela> (accessed 5.6.18).
- Maison Margiela [WWW Document], 2018. URL <https://www.maisonmargiela.com/gb> (accessed 1.31.18).
- Maison Martin Margiela garment covered in mold... - Sombre Boîte [WWW Document], 2018. URL <http://sombreboite.tumblr.com/post/4933962388/maison-martin-margiela-garment-covered-in-mold> (accessed 6.14.18).
- maisonmargiela [WWW Document], 2018. Instagram. URL <https://www.instagram.com/maisonmargiela/> (accessed 7.28.18).
- maisonmargiela [WWW Document], 2015. Instagram. URL <https://www.instagram.com/p/4ZJA8CPCo5/> (accessed 7.28.18).
- Margiela / Galliera, 1989-2009 [WWW Document], n.d. Palais Galliera | Musée de la mode de la Ville de Paris. URL <http://www.palaisgalliera.paris.fr/en/exhibitions/margiela/galliera-1989-2009> (accessed 5.6.18).

- Masetti, A., 2012. Martin Margiela, the one and only [WWW Document]. The Fashion Commentator. URL <https://www.thefashioncommentator.com/2012/11/martin-margiela-one-and-only.html> (accessed 7.7.18).
- MM6 x OC: A Walk Down Margiela Memory Lane - OPENING CEREMONY [WWW Document], 2018. Opening Ceremony. URL <http://blog.openingceremony.com/entry.asp?pid=4105> (accessed 7.12.18).
- MMM tumblr [WWW Document], 2018. URL <http://mmm-maisonmartinmargiela.tumblr.com/?og=1> (accessed 7.12.18).
- Morris, J., n.d. History Of Embroidery, Handicraft Of Decorating Fabric, Embroidered Clothing, Fibre2fashion [WWW Document]. Fibre2fashion. URL <http://www.fibre2fashion.com/industry-article/4135/history-of-embroidery> (accessed 12.13.18).
- Mower, S., 2018. Maison Margiela Spring 2018 Couture Fashion Show [WWW Document]. Vogue. URL <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-couture/maison-martin-margiela> (accessed 7.30.18).
- Mower, S., 2017. Maison Margiela Spring 2017 Couture Fashion Show [WWW Document]. Vogue. URL <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-couture/maison-martin-margiela> (accessed 7.30.18).
- Musée d'Impression sur Etoffes, n.d. The indiennes textiles [WWW Document]. Musée d'Impression sur Etoffes. URL <http://www.musee-impression.com/en/the-indiennes-textiles/> (accessed 12.13.18).
- NeWestMuseum • Musée d'art moderne occidental [WWW Document], 2018. URL <http://www.newestmuseum.ru/index.php?lang=fr> (accessed 10.14.18).
- NOWFASHION [WWW Document], 2018. NOWFASHION. URL <https://nowfashion.com/maison-margiela-couture-fall-winter-2015-paris-15064/shots/749770> (accessed 7.16.18).
- Phelps, N., 2012. Maison Margiela Fall 2012 Couture Fashion Show [WWW Document]. Vogue Runway. URL <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2012-couture/maison-martin-margiela> (accessed 6.26.18).
- Pinterest [WWW Document], 2018. URL <https://www.pinterest.pt/> (accessed 7.30.18).
- Search "maison margiela" | Dazed [WWW Document], n.d. URL <http://www.dazeddigital.com/search?q=maison+margiela> (accessed 7.16.18).
- Selvedge: GOING, GOING, GE BA [WWW Document], 2017. Selvedge Magazine. URL <https://www.selvedge.org/blogs/selvedge/going-going-ge-ba> (accessed 7.30.18).

- Shavin, N., 2016. Iris Van Herpen Is Revolutionizing the Look and Tech of Fashion [WWW Document]. Smithsonian. URL <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/iris-van-herpen-revolutionizing-look-and-tech-fashion-180958969/> (accessed 7.31.18).
- Sincronia e diacronia [WWW Document], 2018. Norma Culta. URL <http://www.normaculta.com.br/sincronia-e-diacronia/> (accessed 6.7.18).
- SONG SONG - Maison Martin Margiela - Artisanal Collection [WWW Document], n.d. URL <http://www.song.at/songsong/maison-martin-margiela/> (accessed 7.11.18).
- Sotecnisol, 2018. Sotecnisol [WWW Document]. Geotêxteis. URL <https://www.sotecnisol.pt/materiais/produtos/solucoes-de-impermeabilizacao-isolamentos-e-drenagens/drenagens-novo/geotexteis/> (accessed 2.21.18).
- Techniques spécialisées | Centre design et impression textile [WWW Document], 2018. Centre design et impression textile. URL <https://design textile.qc.ca/techniques-specialisees/> (accessed 10.9.18).
- The Marriage of Manus and Machina – Style Bubble [WWW Document], 2016. Style Bubble. URL http://stylebubble.co.uk/style_bubble/2016/05/the-marriage-of-manus-and-machina.html (accessed 6.15.18).
- The Met Museum, 2018a. The Metropolitan Museum of Art, i.e. The Met Museum [WWW Document]. The Metropolitan Museum of Art, i.e. The Met Museum. URL <https://metmuseum.org/> (accessed 5.24.18).
- The Met Museum, 2018b. Manus x Machina: Fashion in an Age of Technology [WWW Document]. The Metropolitan Museum of Art, i.e. The Met Museum. URL <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2016/manus-x-machina> (accessed 6.13.18).
- Times, T.N.Y., 2018. Martin Margiela: The Silent Designer Whose Clothes Tell All [WWW Document]. The Business of Fashion. URL <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/martin-margiela-the-silent-designer-whose-clothes-tell-all> (accessed 5.10.18).
- Tudor, E., 2017. Margiela's Digital Distortion [WWW Document]. NOWFASHION. URL <https://nowfashion.com/margiela-s-digital-distortion-21010> (accessed 7.30.18).
- Tumblr: Jen Cheema [WWW Document], 2018. tumblr. URL <http://jencheema.tumblr.com/?og=1> (accessed 7.31.18).
- Twitter - hashtag/benjaminshinestudio [WWW Document], 2017. Twitter. URL <https://twitter.com/> (accessed 7.30.18).
- umbria - ejakulation: Backstage at Maison Martin... [WWW Document], n.d. umbria. URL <http://ejakulation.tumblr.com/post/32953320263/backstage-at-maison-martin-margiela-ss-2012> (accessed 7.31.18).

- Vardaro, F., 2018. Martin Margiela - Vogue.it [WWW Document]. URL <http://www.vogue.it/en/news/encyclo/designers/m/martin-margiela> (accessed 5.30.18).
- Vogue, 2018. Inside the "Manus x Machina" Exhibition - Vogue [WWW Document]. Vogue. URL <https://www.vogue.com/slideshow/manus-x-machina-met-exhibit-photos> (accessed 6.14.18).
- Yosefina, G., 2013. VOCIFEROUS » Bacteria Hysteria [WWW Document]. URL <http://vociferousmag.com/2013/02/bacteria-hysteria-future-vociferous/> (accessed 5.24.18).